

البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية

وعلاقتها بمستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية

د. فائزة طه عبد الحميد



البرامج الحوارية بالتقنيات الفضائية العربية

وعلاقتها بمستوى معرفة
المراهقين بالأحداث الجارية

إعداد

فايزة طه عبد الحميد

الناشر

المكتب العربي للمعارف

عنوان الكتاب : البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية
اسم المؤلف: فايزة طه عبد الحميد
تصميم الغلاف: محمد حمدي

جميع حقوق الطبع والنشر
محفوظة للناسر

الناسر

المكتب العربي للمعارف

٢٦ شارع حسين خضر من شارع عبد العزيز فهمي
ميدان هليوبوليس - مصر الجديدة - القاهرة
تليفون/ فاكس: ٠١٢٨٣٣٢٢٢٧٣-٢٦٤٢٣١١٠
بريد إلكتروني : Malghaly@yahoo.com

الطبعة الأولى أكتوبر ٢٠١٣

رقم الإيداع : ٢٠١٣/١٤٣١٠

الترقيم الدولي : ٢-٦٣٥-٢٧٦-٩٧٧-٩٧٨-I.S.B.N.

جميع حقوق الطبع والتوزيع محفوظة
للمنشر ويحظر النقل أو الترجمة أو
الاقتباس من هذا الكتاب في أي شكل كان
جزئيا كان أو كليا بدون إذن خطي من
المنشر، وهذه الحقوق محفوظة بالتمسك إلى
كل الدول العربية . وقد اتضنت كافة
إجراءات التسجيل والحماية في العالم
العربي بموجب الاتفاقيات الدولية لحماية
الحقوق الفنية والأدبية .

البرامج الحوارية
بالتقنيات الفضائية العربية
وعلاقتها بمستوى معرفة
المراهقين بالأحداث الجارية

مقدمة

يعد الإعلام بوسائله المختلفة أداة هامة في تشكيل سلوك الأفراد وتنمية قيمهم، بل إن تأثيره يفوق تأثير البيت ودور رياض الأطفال، وذلك لاعتبار العصر الذي نعيشه عصر إعلام، فهو المحرك الأساسي للفكر، يزيد على ذلك تقدم تقنياته وقدرته على الاستحواذ على الرأي العام من خلال ما ينشره من حقائق ومعلومات كما أنه مصدر مهم من مصادر التوجيه والتثقيف في أي مجتمع، وأحد أهم مصادر المعلومة، وعليه فإن المسؤولية التي تقع على الإعلاميين كبيرة، إذ أنه مرآة المجتمع، ومؤشر لصناع القرار، والعين الراصدة لقضايا المجتمع.

وأصبح الإعلام بوسائله المختلفة ممثلاً في (الإذاعة- التلفزيون- الصحف- الإنترنت) من أهم ما يعتمد عليه الفرد في حياته لأكثر من سبب: الحصول على المعلومات، تضيئة وقت الفراغ، للتسلية والإمتاع، لمتابعة الأحداث الجارية على الساحة وغيرها، كل على حسب الوسيلة التي يفضلها، وهذا ما يكسبها أهميتها في عملية بناء المجتمعات.

والتلفزيون كوسيلة من وسائل الإعلام لا يمكن الاستغناء عنه، فهو نافذة مرئية على العالم الخارجي، نعرف من خلالها كل ما نريد أن نعرفه دون الحاجة لبذل الجهد، فضلاً عن كونه أصبح أداة أساسية من أدوات التغيير والتطوير، ويكفي أن نتمعن النظر حولنا وفي أنفسنا لنرى كم المعلومات والثقافات عرفناه لأول مرة من خلال التلفزيون، ولم يحدث أن انتشرت وسيلة إعلامية جماهيرية بهذا الشكل .

ومع بداية البث التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية، ظهرت الفضائيات، وأصبحت هي مصدر للتسلية والترفيه والحصول على المعلومة ومتابعة الأحداث الجارية على الساحة وغيرها، ونستطيع أن نقدر انتشار هذه القنوات الفضائية واهتمام الناس بها بالنظر إلى أسطح المنازل، حيث لا يكاد يخلو سطح من الصحن اللاقطة (الذئب)، فبسبب تعدد قنواته فمنها الحكومي والأهلي، ومنها العلمي والفني والرياضي، ومنها الديني والحزبي، وللجمهور

المشاهد أن يختار ما يحلو له من بين هذه القنوات، ولا يوجد لديه استعداد لأن يفقد مثل هذه الخاصية وخاصة مع رخص أسعار طبق استقبال القنوات الفضائية أو الاستعاضة عنه بما يماثله، وأصبحت لديه القدرة على الوقوف على آخر الأحداث سواء إن كانت عالمية أو محلية من خلال هذه القنوات .

ونظراً لإقبال المراهقين على التليفزيون عامة والقنوات الفضائية خاصة فإنهم قد يلجأون إلى تقليد ما يقدم والتوحد معه والاعتقاد به وهذه طبيعة فترة المراهقة مما يؤدي إلى ممارسات سلوكية سلبية تتعارض مع قيم المجتمع المصري، وفي ظل الانتشار المتنامي للقنوات الفضائية وتأثير هذه الوسيلة الاتصالية على المشاهدين وبخاصة المراهقين الذين مازلوا في طور التكوين الثقافي والفكري وذلك لأنهم غير مزودين بالثقافة والوعي الذي يكفي لإدراك قضايا المجتمع وطبيعته وفهم المشاكل التي تحيط به مما يجعلهم في النهاية على استعداد للتأثر بمحتوى تلك القنوات، لذا من الممكن أن تصبح تلك القنوات من المصادر الأساسية لبناء الثقافة والسلوك لدى هؤلاء الأفراد.

ويوجد الكثير من البرامج التي تشبع فضول المراهق مثل : (البرامج الرياضية - البرامج الفنية - البرامج الإخبارية - البرامج الحوارية - برامج الموضة والأزياء وغيرها من البرامج) فقد يبحث المراهق عن معلومة ويحصل عليها عن طريق إحدى تلك البرامج بكل سهولة .

وتعتمد أي محطة تلفزيونية على البرامج التي تبثها إذ أنها العنصر الأساسي فيها وتتنوع هذه البرامج من إخبارية إلى سياسية إلى فنية إلى رياضية إلى برامج منوعات وبرامج ثقافية ودينية وغيرها، و تتسارع هذه البرامج وتتنافس فيما بينها لعرض ما يستجد على الساحة من أحداث كل في مجاله .

وتأتي البرامج الحوارية (Talk Show) في ظل هذا الكم من البرامج وما يصاحبه من أحداث متلاحقة في الحياة اليومية في محاولة لأن يكون لها دور في رصد ومتابعة ما يحدث على الساحة أولاً بأول كوسيلة لجذب المشاهد لمتابعة البرنامج مع إحاطته علماً وتعريفه بما يحدث من حوله في نواحي الحياة المختلفة دون الاقتصار على ناحية واحدة دون غيرها، وأغلب البرامج الحوارية (Talk Show) تقدم تقريراً يومياً مهمته تعريف المشاهد بأهم الأحداث التي

وقعت في مصر في هذا اليوم، ويحتاج المشاهد إلى فرصة كهذه تمنح له كي يعرف أهم الأحداث الجارية سواء أكانت هذه الأحداث سياسية، اجتماعية، اقتصادية، دينية، فنية وغيرها إلى آخر ما يستجد من أحداث، وبما أنها تعطى مستوى معرفة لا بأس به فقد تقتصر بمشاهدة تلك البرامج دون الحاجة إلى وسيلة أخرى .

ونظراً لكثرة ما يقع من أحداث متلاحقة في الحياة اليومية، فقد لا يستطيع المشاهد استيعابها كلها، ولكن مع وجود البرامج الحوارية ومحاولة تقديمه لكل ما حدث مع تقديم تفسير له فالأمر أصبح أسهل كثيراً، وقد تجلّى دور هذه البرامج واضحاً خلال ثورة الخامس والعشرين من يناير الماضي .

ومن ناحية أخرى فإن المراهق يعيش بمعزل عن المتغيرات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والمحلية أو الدولية بالإضافة إلى حالة الفراغ السياسي والثقافي الذي يعانيه الشباب المصري بصفة عامة والذي يمثل الدعامة الأساسية لقيم المجتمع وبنائه، وبناء على هذا فإنه يمكن من خلال البرامج الحوارية (Talk Show) خاصة مع ارتفاع نسبة من يشاهدون هذه البرامج من المراهقين أن تشبع حاجة المراهق في قضاء الوقت ومساعدتهم على الإحاطة علماً بما يقع من أحداث وإتاحة المزيد من الوعي له .

الفصل الأول

الفتوات الفضائية والبرامج الحوارية

المبحث الأول : الفتوات الفضائية

- أولاً : نشأة وتطور الفتوات الفضائية .
- ثانياً : تقسيم الفتوات الفضائية .
- ثالثاً : تقييم أداء الفتوات الفضائية العربية .
- الجوانب الإيجابية في الفتوات الفضائية العربية .
- الجوانب السلبية في الفتوات الفضائية العربية .
- رابعاً : أهم التحديات والمشكلات التي تواجه الفضائيات العربية .
- خامساً : الوضع الراهن للمشهد الفضائي في الوطن العربي .
- سادساً : الفتوات الفضائية عينة الدراسة .

المبحث الثاني : البرامج الحوارية

- أولاً : نشأة وتطور البرامج الحوارية .
- ثانياً : أنواع الحوار .
- ثالثاً : خصائص البرامج الحوارية .
- رابعاً : إعداد البرامج الحوارية .
- خامساً : صياغة الأسئلة .
- سادساً : تنفيذ برامج الحوار .
- سابعاً : عوامل نجاح البرامج الحوارية .
- ثامناً : أشهر البرامج الحوارية العربية .
- تاسعاً : البرامج الحوارية عينة للدراسة .

*** ** *

تمهيد:

أصبحت القنوات الفضائية متاحة بدرجة كبيرة أمام المشاهدين حيث أصبح في مقدورهم مشاهدة الأحداث المختلفة فور وقوعها سواء كانت سياسية أم ثقافية أم أدبية أم علمية أم رياضية، وأصبح المتلقى هو الذي يحدد درجة إعتماده على القنوات المختلفة المفضلة لديه، خاصة مع تعدد القنوات التلفزيونية الفضائية العربية والأجنبية التي أصبحت تتنافس بدرجة كبيرة في الإستحواذ على إهتمام جمهور المشاهدين، وتعتبر القنوات الفضائية حقيقة واقعة ومثيرة في حياة المشاهدين ومن ثم لم يعد في الإمكان تجاهلها لما لها من عديد من الآثار على مشاهديها خاصة في ظل إزدحام خريطة البث التلفزيوني بكم هائل من القنوات الفضائية التي تتنوع برامجها من حيث الشكل والمضمون وتتعدد أيضا ساعات إرسالها ونوعية جمهورها، وفي ظل ثورة الاتصالات أصبح من حق الفرد أن يعلم ويقارن ويحلل ويختار القنوات والمواد التي تشبع احتياجاته .

وفي ظل هذا التنوع الهائل في البرامج المختلفة في القنوات الفضائية نلاحظ أن "الحوار" كشكل فني أصبح من أهم ما تبثه القنوات التلفزيونية الفضائية العربية، وبخاصة ما يتم منها بثه على الهواء مباشرة، حتى غدت من أهم سمات التميز لبعض هذه القنوات، حيث تستهدف إلقاء الضوء على بعض الموضوعات المهمة والقضايا والمشكلات التي تشغل بال المشاهد العربي من خلال إبراز وجهات النظر المتعددة والمختلفة، ومن ثم فقد شهدت هذه النوعية من البرامج طفرة في إتساع مساحة التعبير عن وجهات النظر وحرية طرح الآراء فيها، كما تنوعت الأفكار والموضوعات فجاءت أكثر جرأة وصراحة بل إنها تخطت في بعض الأحيان حدود الجرأة، مما شكل عاملاً مهماً في متابعة الجمهور العربي لها^(١)، ومع ما للفضائيات العربية من دور بارز تلعبه نجد أنها تؤثر على المتلقين بفئاتهم المختلفة وخاصة المراهقين، وإذا ما كان الإعلام بأحهرته المختلفة يؤدي وظيفة هامة في المجتمع بإعتباره إحدى وسائل التنشئة الاجتماعية الذي يهدف إلى توجيه أفراد المجتمع من جانب والتعبير والتنفيس

(١) - عبد الرحمن محمد سعيد الشامي، مرجع سابق

عدهم من جانب آخر فإن جمهور المتأقن بفئاته المختلفة وخاصة المراهقین
یتأثر بصورة مباشرة وغير مباشرة بما یتلقاه من مواد إعلامية مختلفة^(١).

■ ■ ■

(١) عریزة عبد العزیز ، الطفل المصری والقنوات الفضائية، (القاهرة : المركز القومي
للبحوث الاجتماعية والجنائية، قسم بحوث الإتصال الجماهیری والثقافة ، ٢٠٠٤) ص ١٢٠

المبحث الأول : القنوات الفضائية

أولاً : نشأة وتطور القنوات الفضائية :

بدأ إنطلاق للعرب نحو البث التلفزيوني الفضائي المباشر منذ عام ١٩٩١، عندما شرع بعض المستثمرين السعوديين في بث قنوات مركز إذاعة الشرق الأوسط (MBC) من لندن، والتي وفرت خدمة إخبارية وبرامج حوارية للمشاهدين العرب على النسق الشائع في الغرب عموماً، ثم شرع مستثمرون سعوديون آخرون في إطلاق شبكات فضائية عربية ذات مضامين عربية محلية : راديو وتلفزيون العرب (ART)، وشبكة Orbit، وإنطلقت بعد ذلك بقية القنوات الفضائية العربية.^(١)

ويمكن ترتيب إنشاء القنوات الفضائية على النحو التالي : القناة الفضائية المصرية بدأ البث الرسمي لها في ١٢ ديسمبر ١٩٩٠، ثم محطتي الكويت ودبي في أكتوبر ١٩٩٢ م، ومحطة أبوظبي نوفمبر ١٩٩٢ م من دولة الإمارات العربية، ثم القناة الأردنية وإنطلقت في يناير ١٩٩٣ م . ومن لبنان إنطلق تلفزيون المستقبل في سبتمبر ١٩٩٣ م تحت مسمى الفضائية الرسمية اللبنانية إضافة إلى قناتي السعودية الأولى والثانية، والقناة المغربية والقناة الموريتانية وقناة عمان وقناة التبادل الإخباري والبرامج التابعة لإتحاد الإذاعات، ثم توالى القنوات الفضائية العربية بالظهور تباعاً حيث ظهرت للقناة الفضائية السورية في السادس من يونيو ١٩٩٥، والفضائية السودانية في نوفمبر ١٩٩٥، والفضائية اليمنية في نوفمبر ١٩٩٥ وتشمل البرامج ذاتها التي يبثها تلفزيون صنعاء، ثم بدأت قناة الشارقة الفضائية ببثها الرسمي في الأول من أكتوبر ١٩٩٦ م من الإمارات العربية ثم للفضائية البحرينية وبدأت بثها في سبتمبر ١٩٩٦، ثم الفضائية الليبية، والقناة التونسية السابعة وظهرتا في ديسمبر ١٩٩٦، عجمان الفضائية في فبراير ١٩٩٨ م . ثم عدد كبير من القنوات الفضائية التي إنطلق بثها العام والمتخصص من كل أرجاء الوطن العربي .^(٢)

(١) - راسم محمد الجمال . الإتصال والإعلام في العالم العربي في عصر العولمة، الطبعة الأولى ، (القاهرة : للدار المصرية اللبنانية ، يناير ٢٠٠٦) ص ١٣٤

(٢) - هناء السيد . الفضائيات وقادة الرأي، الطبعة الأولى، (القاهرة : العربية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥) ص ٥٤.

ومع ذلك، حتى عام ١٩٩٤ كانت ظاهرة البث للتلفزيونى المباشر هلامية على المستوى القومى العربى. وظهر من خلالها أربعة أشكال للإستجابة القانونية والعملية لهذه الظاهرة وهي :

(أ) دول عربية ضد هذه الظاهرة تماماً، وتحرم إستيراد وإستخدام أجهزة ومعدات الإستقبال الفضائى، وهذه الدول هي : سوريا وليبيا والعراق .

(ب) دول تتحكم في مضامين البرامج للتلفزيونية المرسلة عبر الأقمار الصناعية من خلال إستقبالها مركزياً، ثم إعادة بثها للمنازل عبر شبكات الميكروويف أو الألياف البصرية، أو الكوابل المحورية في مقابل رسوم شهرية، وأخذت بهذا النظام السعودية وقطر، أو إعادة توزيعها على المنازل من خلال إعادة بثها على محطات التلفزيون الأرضية، وأخذت البحرين بهذا الأسلوب .

(ج) دول أخذت بأسلوب مختلط في توصيل برامج القنوات الفضائية من خلال أنظمة الكوابل والأطباق اللاقطة، أو البث التلفزيونى الأرضى التقليدى، وأخذت بهذا النظام مصر، والإمارات العربية المتحدة، والكويت .

(د) دول إنفتحت على القنوات الفضائية العربية والأجنبية، واتاحت الفرصة أمام جمهورها لمشاهدة ما يشاء دون قيود، ولتبع هذا الأسلوب الأردن، ولبنان، وتونس، والمغرب^(١).

ومع أو آخر عام ٢٠٠٧ وحتى منتصف عام ٢٠٠٨ وصل عدد القنوات الفضائية التي تبث باللغة العربية إلى (٤٨٢ قناة مفتوحة) غير الباقات التليفزيونية المشفرة أو أنظمة التلفزيون المدفوع الذي يبرز من خلال ثلاث شبكات تشمل شبكة راديووتلفزيون العرب وشبكة أوربت وشبكة شوتأيم، وتضم شبكة راديووتلفزيون العرب باقة الأوائل الرئيسية وتشمل مجموعة من القنوات العربية إضافة إلى بعض القنوات الأجنبية . وداخل هذه الباقة توجد عدة باقات فرعية متخصصة مثل باقة الرياضة وبقية الأفلام وغيرها^(٢). ويمكن ملاحظة أن قناتى art ، mbc تنشان من خارج الوطن العربى، قبل إنتقال الأولى إلى دولة

(١) - راسم محمد الجمال . مرجع سابق، ص ١٢٥ .

(٢) - محمود حويل . الإعلام العربى مظاهر النمو ومخاطر التفكير، للطبعة الأولى، (القاهرة : العربى للنشر والتوزيع، ٢٠١٠) ص ١٠١ .

الإمارات العربية المتحدة، وهما قناتان خاصتان إلا إنهما تحطيان بدعم من بعض الحكومات العربية، ذلك أن تلك الدول قدمت على إستحياء في هذه القنوات ما كانت تتحرج من تقديمه في قنواتها المحلية، أو أنها أرادت أن توحى للمواطن العربي أن هناك فضاءً جديداً للحرية يمكن له أن يتحول خلاله لكنه يبقى ضمن سيطرة الدولة وتوجيهها بشكل أو بآخر. ^(١)

ثانياً : تقسيم القنوات الفضائية :

يمكن تقسيم القنوات الفضائية وفق معايير مختلفة فيمكن تقسيمها حسب الأعمار التي تبث عليها، وكذلك يمكن تقسيمها وفق أنواع البث أو وفق تخصصات القنوات، ويمكن تقسيمها أيضاً وفق اللغة المستخدمة في البث ^(٢)

كما يمكن تصنيفها إلى :

* قنوات فضائية عربية حكومية وتمثل القنوات التي تمتلكها وتديرها الحكومات العربية ممثلة في وزارات الإعلام، وقنوات فضائية عربية خاصة وتمثل القنوات الفضائية العربية التي تمتلكها وتديرها رؤوس الأموال العربية .

* قنوات فضائية عربية عامة وتمثل القنوات التي تقدم مضموناً متنوعاً للجمهور يتنوع ما بين مختلف المواد الإعلامية، وقنوات فضائية عربية متخصصة وهي القنوات التي تسعى لمحاكاة جمهور محدد بتقديم مواد إعلامية بعينها .

* قنوات فضائية عربية مفتوحة والتي يستطيع الجمهور إستقبالها عن طريق إمتلاك أجهزة الإستقبال الفضائي وبدون دفع رسوم مقابل المشاهدة، وقنوات فضائية عربية مشفرة تمثل القنوات التي لا تقاح مشاهدتها للجمهور إلا بعد دفع رسوم مقابل المشاهدة .

(١) محمد مير حجاب . وسائل الإتصال تشابهاً وتطورها، الطبعة الأولى، (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨) ص ٢٢٠ .

(٢) أمير سعيد عبد الغنى . الثقافة العربية والفضائيات، للطبعة الأولى، (القاهرة : بيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٣) ص ٢٧ .

* قنوات فضائية عربية تبث باللغة العربية وبيت بعضها بلغات أخرى بجانب العربية، قنوات فضائية عربية تبث بلغات أجنبية فقط وتمثل القنوات العربية التي تبث باللغات الأجنبية كالإنجليزية والفرنسية وغيرها .

* قنوات فضائية عربية تبث إرسالها للمنطقة العربية ويمتد إرسال بعضها لمناطق عالمية أخرى وتضم أغلب القنوات الفضائية العربية التي تستهدف بث إرسالها للمنطقة العربية في المقام الأول، قنوات فضائية عربية تبث إرسالها للمنطقة العربية فقط وتستخدم هذه القنوات الأقمار العربية بمفردها ولا تستخدم أي من الأقمار العالمية الأخرى^(١).

ثالثاً: تقييم أداء القنوات الفضائية العربية :

١. الجوانب الإيجابية في القنوات الفضائية العربية :

- إرسال القمر الصناعي يصل إلى أكثر من ٨٠٠٠ ميلاً بعيداً .
- للأقمار الصناعية القدرة في بث عدد غير محدود من المحطات الأرضية في وقت واحد^(٢).
- لقد كان القمر الصناعي العربي " العربسات " أولاً، ومن ثم القمر الصناعي المصري " النايسات " لاحقاً من المكاسب التي تحققت في ظل ظروف اشتد فيها التنافس على الحيز الفضائي للأقمار الصناعية في الحوار المتزامن جغرافياً مع الأرض، حتى أنهما اعتبرا من المشروعات السباق في مجال الاستفادة من هذا الجانب، والريادة في العربسات الذي لم ينشأ لأغراض تجارية - وهذا ربما ما زاد من أعباء إنجازها - أنه مشروع سباق بصرف النظر عن عدم تمكن العرب من الاستفادة منه على الوجه الأكمل في بدايات عهده .
- القدرة على تقديم الصور الحية لما يحدث حولنا في العالم مثلما حدث في حرب الخليج وجلب الصور من هذا الصراع المباشر إلى شاشات التلفزيون في العالم بطريقة كانت من المستحيل أن تحدث في السابق^(٣).

(١) هبة شاهين. التلفزيون الفضائي العربي، الطبعة الأولى، (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، يناير ٢٠٠٨) ص ١٣٩.

(٢) Christopher Paterson . Satellites، ٤ th Edition، (Technology Futures :٢٠٠٠) P ٢٩٥ .

- المواد التي تبثها هذه القنوات ممتعة وغير مملة وتتضح من خلالها
الإمكانات الكبيرة المادية والبشرية التي تتوفر لها كي تنتج بشكل ممتع للمشاهد.
- هذا البث يتميز بالحرية والمصدقية بينما يخضع البث المحلي للرقابة
والتوجيه .

- البرامج التي تقدمها هذه الشبكات تراعى في تقديمها ذوق المشاهدين،
وأنها توفر الترفيه الكافي للمشاهدين (٢).

- أتاحت الفضائيات التي قدمها عصر البث المباشر أن يطلع الجمهور
العربي على نماذج أخرى مخالفة لواقع مجتمعه الحالي من حيث الديمقراطية،
ومساحة الحرية، وإحترام حقوق الإنسان، وحق القول والتعبير، إضافة إلى حق
الحصول على المعرفة والأخبار وهذا كله ألقى بظلاله على الأنظمة العربية
صاحبة الإعلام الرسمي المرئي بحدوده الضيقة، وغير الملبية لتطلعات
وإحتياجات الشريحة الأوسع والأهم في المجتمع العربي .

- تراعى الخدمة البرمجية لقلّة من القنوات الفضائية (وتحديداً القنوات
الخاصة) مدى مناسبة المضمون المقدم لكل أفراد العائلة، بإتباع نظام الإشارات
الذي يبرمج التلفزيون على أثرها، كما هو الحال في أو روبا، حيث تقتصر
قنوات شبكة أو ربيت مثلاً على البث وفق نظام الإشارات المتبع بأو ربا
وامريكا الشمالية، والذي يراعى وجود عينات من الجمهور كالأطفال بين جموع
المشاهدين، وبالتالي يقدم إشارات تنبيهية لأفراد الأسرة لفرض الرقابة الأسرية
على المادة التي يختارونها لأطفالهم أو لمراهقيهم أو لأنفسهم بعيداً عن العنف
والجنس وكل ما يسيئ للنفس البشرية، كالإشارة ذات المستوى الأول (R١)
والتي تؤكد أن المضمون المقدم يصلح لجميع أفراد الأسرة، والإشارة ذات
المستوى الثاني (R٢) والتي تؤكد أن المضمون المقدم خاضع للتقدير الشخصي
لرب الأسرة، والإشارة ذات المستوى (الثالث R٣) والتي تنصح بتوخي الحذر،

(١) Bart Kuperus. **satellite broadcasting guide**, (New York : Watson
Guptill, ١٩٩٤) p.١٦.

(٢) وليد حسن الحديثي - الإعلام الدولي وبعض إشكاليات الخطاب الإعلامي العربي،
الطبعة الأولى، (القاهرة : دار للكتب العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧) ص ١٥٢.

والإشارة ذات المستوى الرابع (R4) والتي تؤكد أن المضمون المقدم لا يصلح إلا للكبار فقط، ولا يزال يتقص هذا للمشروع حتى ينجح في المنطقة العربية وجود التقنية اللازمة التي تقفل جهاز الاستقبال بمجرد برور إشارة لا يرغب الأهل في مشاهدة أطفالهم لها، ولا يعود للعمل حتى يتم تغيير المحطة على قناة أخرى تقدم برامج من مستويات لا يمانع الأهل في مشاهدتها .

- تشهد القنوات العربية، وخاصة المتخصصة في مجال الخدمة الإخبارية صراعاً ملحوظاً، مما يؤدي بالتأكيد إلى تطوير الخدمة الإخبارية من كافة الجوانب التقنية والزمنية واللفظية، والتحريرية، وسيكون بلا ريب في صالح الجمهور العربي، إذ أن هذا التنافس جعل المواطن العربي على إطلاع مباشر بأخر المستجدات الإخبارية أول بأول، مع تعدد خيارات هذا الإطلاع، والرؤى المقدمة من أكثر من مكان وفي وقت واحد، فحرية التلقي والانتقاء بين نشرات وأخبار الفضائيات العربية العامة أو المتخصصة أصبح حقيقة واقعة بفضل تعددها وتنوع أشكالها ومضامينها، وأساليب تأديتها لخدماتها .

- كان لتدفق المعلومات السابق الذكر عبر الحدود العربية وبفضل الفضائيات العربية تأثير ملحوظ في تنامي الرأي العام العربي، وتعبئة الشارع العربي من المحيط إلى الخليج بشعور واحد حول ما يجري من أحداث في فلسطين أو العراق، والذي حشده وزكاه ولفت النظر إليه تدفق المعلومات عبر الفضائيات العربية على اختلاف أنواعها ومشاربها وطبيعة خدماتها .

- أتاحت بعض الفضائيات العربية توفير خدمة أساليب التعليم عن بعد من خلال القنوات الخاصة بالإضافة إلى القنوات التي توفر المناهج الدراسية ومما زاد من هذه الخدمات توافر القنوات الفضائية في المنازل.^(١)

- ظهور قنوات متخصصة في المعالجة والتداول الطبي مثل قناة حورس ونفريتي المصريتين.^(٢)

(١) BS Bhatia. satellite Networks for school Education. (New Delhi: Central Institute Technology, ٢٠٠٩) P٢٤

(٢) - مامي الشريف . مرجع سابق ، ص ٣٠٩

- تنوع مضامين القنوات المتخصصة لتشمل : قنوات الرياضة، قنوات الأفلام العربية القديمة والحديثة، قنوات الأفلام الأجنبية المترجمة، القنوات الإخبارية، قنوات الأطفال، قنوات التعليم، قنوات للشراء والتسوق، القنوات الغنائية، القنوات الدينية، قنوات الحوار، للدراسة والألعاب وغيرها من القنوات المتخصصة الأخرى أدى إلى مبادرة القنوات الفضائية العربية بدخول مجالات تخصصات رائدة في السنوات الأخيرة مثل القنوات المتخصصة في مجالات السياحة العربية، القنوات للتخصص في مجالات الاقتصاد والعقار، القنوات المتخصصة في الطهي، القنوات المتخصصة في السيارات ومحركات التشغيل، القنوات المتخصصة في الأدب والشعر العربي، القنوات المتخصصة في تكنولوجيا المعلومات، القنوات المتخصصة في الزواج، القنوات المتخصصة في الفنون الكوميديّة، القنوات المتخصصة في برامج تلفزيون الواقع، القنوات المتخصصة في الإعلانات المبوبة، وغيرها من التخصصات الفريدة في مجال البث الفضائي العربي .

- الوصول للجاليات العربية في الخارج وربطها بوطنها الأم وتحقيق التواصل مع المهاجرين العرب في الخارج.تستطيع القنوات العربية أن تعيد العائلة المهاجرة بشكل رمزي إلى أجواء الوطن من خلال الموسيقى والأصوات العربية، لتشبع حنين العيون والأذان اللاجئة إلى الوطن .^(١)

- إطلاع المشاهدين على أنماط ثقافة الشعوب والتعرف على درجة التقدم والرقى الذي يتحقق لديها في المجالات السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية وهو ما يسمى " التفتح السطح "، حيث أن التعريف بأنماط تفكير وطرق حياة إيجابية لشعوب أخرى متقدمة فكرياً وحضارياً يؤدي إلى تحفيز المجتمع لتطوير ذاته .

(١) - هبة شاهين . مرجع سابق ، ص ٣٩٤.

- أصبح هناك إزدهاراً في المجال الرياضي، من خلال النقل المباشر للمباريات الرياضية من ناحية وظهور قنوات رياضية متخصصة من ناحية أخرى^(١).

ب الجوانب السلبية في القنوات الفضائية العربية :

- لم تأخذ الفضائيات العربية نتيجة لإضطرار إطلاق بثها مواكبة مع المحيط العالمي نصيبها من التخطيط ودراسة الجدوى، وطبيعة الأهداف، وحاجات الجمهور المستهدف، ومن هنا فإن المتابع لمعظم هذه القنوات لا يجد فلسفة محددة تحكم أداء عملها، أو أهدافاً إستراتيجية تسعى لتحقيقها .

- معظم القنوات الفضائية العربية لا تقوى على ملء ساعات إرسالها إلا بإنتاج مستورد لا يعبر عن هويتها، ولا يعكس ثقافة المجتمعات التي تمثلها، وهكذا أصبحت هذه القنوات مجرد نواجد عربي على الساحة الفضائية ليس أكثر .

- إن القنوات الفضائية العربية (الرسمية تحديداً) لم تستوعب - بعد - حجم المنافسة الخطيرة التي تنتظرها من جانب القنوات الدولية سواء الناطقة بالعربية أو غيرها، كما لم يستوعب القائمون عليها بشكل واضح ودقيق مدى الفارق بين ما يجب أن تقدمه تلك القنوات، وما يمكن أن تقدمه القنوات المحلية، فلازال الحفاظ على السلطة، وتكريس وجهة نظر النظام السياسي الحاكم في الدولة البائنة هو الهدف الأسمى الذي تسعى إليه تلك القنوات، فنشرت الأخبار في كل القنوات الفضائية الرسمية تنصدها أخبار رئيس الدولة وأسطرته اليومية الروتينية والتي تستغرق معظم وقت النشرة .

- تؤدي القنوات للمتخصصة إلى مزيد من إنعزالية الأفراد، وتقوقع اهتماماتهم وخبراتهم، وتفتيت الجمهور الواحد إلى عدد كبير من الجماعات الصغيرة، ذات الاتجاهات المتباينة، فتكنولوجيا الاتصال الحديثة تتجه إلى

(١) - عاطف على العبد، نهى عاطف العبد. وسائل الإعلام نشأتها - تطورها - آفاقها

المستقبلية، الطبعة الأولى (للقاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٦ ٢٠٠٧) ص ٢٦٩

جعل خبرات القراءة والإستماع والمشاهدة عبارة عن خبرات معزولة، بدلاً من كونها خبرات مشتركة، فالرسائل التي توجهها القنوات المتخصصة أصبحت أكثر فردية، كما أن الأفراد يعرضون أنفسهم للمعلومات التي يحتاحونها بصفة شخصية .

إن أسلوب المحطات الفضائية لكسب اتصالات للمشاهدين تجاوز كل الحدود عبر للتصويّات والآراء والإختيارات بين الصوت الأجل والجسد الأنحل والرنّة الأفضل والأغنية الأعزب، حتى أضحت عبارة " إتصل الآن " التي لا يمكن لمتابع للفضائيات العربية بسرعة كبيرة إلا أن يصادفها خلال ثوانٍ مرات عدة توازي عبارة " إرفع حالا "، وغدت العبارتان تحملان البعد نفسه، وهوما لا نراه في المحطات الأجنبية التجارية التي إختترعت هذه المسائل ذاتياً، بإستثناء المحطات الجنسية البحتة ذات المستوى القيمي المتدنى، والتي لم تصل أي من فضائياتنا العربية بعد إلى هذا المستوى .

- في الوقت الذي تهاجم فيه القنوات الفضائية العربية مثيلاتها الأجنبية بدعوى تهديدها لعناصر ومقومات ثقافتنا العربية والإسلامية، وتقديمها لمواد تتنافى مع قيمنا وأخلاقنا وراثنا الحضاري، فإن بعض القنوات الفضائية العربية تقدم بين برامجها ما هو أكثر خطورة وتهديداً لتلك القيم والأخلاقيات، فالمتابع لبعض قنوات الأغاني العربية لا يكاد يلمس فارقاً كبيراً بين ما تقدمه تلك القنوات من كليبات فاضحة، وبين ما تقدمه القنوات الإباحية (١).

- فشل القنوات الفضائية العربية في تثبيت شعارها وقيامها بتغيير شعارها من وقت لآخر، كما تنقسم شعارات القنوات الفضائية العربية بالفقر البصري وبعدم الارتباط بالهوية العربية . يغلب على شعارات القنوات الفضائية العربية الحروف والأرقام اللاتينية بدلاً من إستخدام الحرف العربي الذي يرتبط بالهوية العربية، وذلك بإستثناء نماذج محدودة للغاية .

- عدم وضوح ملكية وأهداف العديد من القنوات الفضائية العربية إرتباطاً بظهور قنوات فضائية مجهول الهوية لا هم لها سوى ضرب هوية الأمة

(١) - سامي الشريف . مرجع سابق ، ص ٢١٥

والطعن في رموزها، فمع انتشار القنوات الفضائية تبرز العديد منها التي تهدم الهوية العربية في ثوب عرب يخدع المشاهد للعربي، ويهدف تحقيق الأهداف الأجنبية في ظل عدم وضوح تمويل تلك الفضائيات، وما يرتبط بذلك من إتهام بعض القنوات الفضائية بخدمة المصالح الغربية واليهودية في المنطقة العربية . كما تدعم بعض النظم في الدول العربية إطلاق للقنوات الفضائية من تحت الطاولة، بهدف تلميعها والدفاع عنها تحت ستار كونها قنوات مستقلة .^(١)

- تقدم المضامين التلفزيونية في القنوات الفضائية الأجنبية حملات تشويه مستمرة للثقافة العربية والإسلامية ورموزها، فالإعلام الغربي يعتمد تقديم صورة للعرب والمسلمين تجمع بين الضعف والتخلف والإرهاب والتطرف، بالإضافة إلى عرض مضامين إباحية مما يشكل خطورة على المستوى الأخلاقي، يؤدي إلى إشاعة روح الإنهزامية واليأس واللامبالاة وتسطيح الوعي وهويته " تحدياً فكرياً وحضارياً "

- إتفقت كل الدراسات العربية التي تناولت البث التلفزيوني المباشر الموجه للدول العربية والإسلامية على أنه غزوت ثقافي، وأنه يشكل تهديداً لذاتنا العربية والهوية الثقافية والحضارية العربية .

- فرض قيم الاستهلاك وتحويل المجتمعات العربية إلى مجرد أفواه وعقول مستهلكة لا منتجة ولا فاعلة .^(٢)

- تؤثر البرامج للوافدة وخاصة الأفلام والمسلسلات الأجنبية على مفهوم الزواج وقيمة الأسرة عن طريق عرض نماذج للعلاقات غير الشرعية، وخير مثال على ذلك المسلسلات المدبلجة .

- تؤدي متابعة القنوات الفضائية إلى إلهاء الطفل عن متابعة دروسه وتحصيله العلمي، وتعويد الطفل على السهر والخمول وإلهائه عن ممارسته هواياته، وقتل البراءة عند الأطفال، وتعليمهم أساليب الجريمة والعنف وتبث فيهم روح الكراهية والعنوانية وتكسب الطفل ألفاظ وسلوكيات حاطئة، وتثير العديد من التساؤلات لدى الطفل وفي نفس الوقت تقضي على روح التفاهم والحوار

(١) - هبة شاهين . مرجع سابق، ص ٣٩٩

(٢) - وليد حسن الحديثي . مرجع سابق، ص ١٥٠

داخل الأسرة، مما يؤدي إلى إرتباك الطفل لأنه يشاهد الكثير من الأشياء التي لا يفهمها ولا يعرف لها تفسيراً .

- تشكل المضامين المحلية التي تحاكي نظيرها الأجنبية بدون وعي خطورة أكثر على المجتمع لأنها تقدم مضامينها باللغة العربية وبذلك يكون صول الأفكار إلى الناس أسهل، وبالتالي تكون الحكومات العربية أنفقت على إنشاء قنوات فضائية تدعو للثقافة الأمريكية وبذلك يصبح الإعلام العربي أداة ضد الواقع العربي.

- تؤدي متابعة القنوات الفضائية إلى توسيع للفجوة بين الأجيال مما يؤدي إلى تفويض أركان التماسك الاجتماعي وإضعاف إنتماء الطفل إلى وطنه، حيث تؤثر المواد الأجنبية الواقعة عبر الأقمار الصناعية على بعض الإعلاميين من تأثيرات هذه المضامين التي أنتجت فيبيئات مختلفة عن البيئة العربية ويؤكد هذا التخوف ارتفاع نسبة مشاهدة الأغاني الأجنبية عن العربية . وبالتالي الإنجذاب لمواد لا تتلائم مع ثقافتنا وقيمنا الأصيلة .^(١)

رابعاً: أهم التحديات والمشكلات التي تواجه الفضائيات العربية :

- المنافسة الشرسة من مختلف القنوات الفضائية الرسمية أو الخاصة العربية والأجنبية، وبما يؤثر على مضمون ما تقدمه بعض القنوات الفضائية العربية، فمثلاً نجد بعض ما تقدمه هذه القنوات يتسم بالتحيز أو التهيج وعدم الموضوعية وأحياناً الغموض، من جهة أخرى ظهور قنوات أجنبية يمكن للمشاهد العربي إنقطاعها بسهولة وبتزايد عددها بشكل مستمر، ومنها القناة الفضائية الإسرائيلية التي بدأت بنها في وقت قريب، وتخطب المشاهدين العرب في كل من مصر والأردن وسوريا ولبنان ودول المغرب العربي والخليج العربي ومناطق السلطة الفلسطينية، باللغة العربية وما تقدمه هذه القنوات من مغالطات قد تحدث تشويشاً على المشاهدين العرب، هذا بالإضافة إلى حملاتها الظالمة ضد كل ما هو عربي أو مسلم .

قصور الإنتاج التلفزيوني لسد إحتياجات القنوات الفضائية العربية، وإعتمادها على الإنتاج للمعرب أو المستورد الذي يعاني الكثير من المشكلات،

(١) عاطف عدلى للعبد، نهى عاطف للعبد . مرجع سابق ، ص ٢٧١ .

ومنها تدنى مستوى للقيم المتضمنة والسطحية والإبتذال وغيرها، ويشكل هذا الإنتاج المستورد نسبة كبيرة تبلغ من ٢٥ - ٥٠ % مما تقدمه هذه القنوات، وفي مصر نجد للبرامج المستوردة تمثل حوالى ٢٨ %، وتثير إحدى الدراسات الإعلامية لليونسكو إلى أن الدول العربية تستورد ٥٧ % من إنتاج القنوات الغربية والأمريكية (١).

إهتمام القنوات للفضائية العربية بالبرامج الترفيهية على حساب البرامج التي تهتم بالأبعاد الثقافية والإبداعية، وبما ينعكس في تقديم جوانب الشخصية العربية والمسلمة سلباً، في الوقت الذي ينبغي فيه إعتبار مضمون ما يقدم في هذه القنوات جزءاً من حياتها وثقافتها، ويحتم ربط سياستها الثقافية بشكل وثيق بسياساتها الإعلامية.

- قصور تدريب الكوادر العاملة في القنوات الفضائية العربية، ويتضح ذلك من خلال ضعف برامج الحوار أو المناقشات والندوات وسطحية الإعداد والتقديم، ومشكلات الإنتاج التلفزيونى التي تظهر في التوليف أو المونتاج أو عدم التوظيف الجيد لإمكانات التلفزيون كوسيلة إعلامية.

- إعتداد غالبية القنوات الفضائية العربية على البث الفضائى التقليدى دون الاستفادة من التقدم الذي حققته الأقمار الصناعية في حمل المعدلات الرقمية العالية ذات الوضوح الفائق، وقصور بنيتها التحتية في هذا المجال.

- إعتداد معظم القنوات الفضائية العربية وخصوصاً الرسمية في مواردها المالية على الموزانات الحكومية من جهة وعلى الإعلان التجارى الذي تشكل نسبته أقل من ١ % بالنسبة لما يقدم في القنوات الرسمية من جهة أخرى، ونلاحظ أن الإعلان يتجه في الغالب إلى القنوات للخاصة اليوم، والتي تتميز برامجها بالحيوية والتشويق ومتابعة للكثير من المشاهدين (٢).

- وجود تحديات تمويلية واقتصادية تتلخص في الرغبات المتناقضة أحياناً لكل من الممول، المعلن، الجمهور، والتوزيع مما يقع معه الإعلامى في فخ هذا الصراع.

(١) - محمد معوض إبراهيم . مرجع سابق ، ص ٤٦.

(٢) - محمد معوض إبراهيم . مرجع سابق، ص ٤٦ .

- صعوبة تحديد نسبة مشاهدي القنوات الفضائية وخصائصهم وإحتياجاتهم الإعلامية ورغبتهم المختلفة حيث يحتاج ذلك في البداية تحديد عدد المنازل التي تمتلك جهاز استقبال القنوات الفضائية بشكل عشوائي، ثم التعرف على عدد الخيارات التي يستقبلونها من القنوات المفتوحة والمشفرة .

- التحديات المجتمعية وتتمثل في الفقر والامية الأبجدية والوظيفية التي يعاني منها المجتمع العربي، مما يؤدي إلى نقص الوعي الفردي أو الجمعي وبذلك يسهل التأثر بالمعلومات المتدفقة عليهم مما سيكون له تأثيراً سلبياً على التركيبة الاجتماعية برمتها .

- وجود التحديات الخارجية والتي تتمثل في ظروف المنافسة مع القنوات الأجنبية، والضغط المباشر مثل اتصال السفارات بالمحررين لمنع النشر في موضوعات معينة .

- تعمل القنوات الفضائية في دائرة مفرغة، فبمجرد نجاح البرامج الترفيهية يتم استثمار هذا النجاح بشكل مبالغ فيه فأصبح هناك العديد من القنوات الترفيهية، وهي مشكلة عالمية .^(١)

خامساً: الوضع الراهن للمشهد الفضائي في الوطن العربي :

- تعددت القنوات التليفزيونية العربية الحكومية والخاصة داخل الوطن العربي وخارجه .

- إرتفع حجم بث القنوات التليفزيونية، إذ يذاع البعض منها على مدار الساعة يومياً، ونتج عن تزايد حجم البث تزايد مواز للحاجة للإنتاج التليفزيوني

- يعيش الإعلام العربي أزمة مصداقية تجعل الجماهير العربية تتصرف عنه وتنتجه إلى الإعلام الغربي الذي يقدم الأفكار والمضامين التي تسهم في إنصراف المشاهد عن جذور ثقافته العربية .^(٢)

(١) - عاطف عدلى العبد، نهى عاطف العبد . الرافيو والتلفزيون والقنوات الفضائية، الطبعة الأولى (القاهرة : دار الفكر العربي، ٢٠٠٩) ص ٢٥٤ .

سادساً: القنوات الفضائية عينة الدراسة :

١- القناة الفضائية المصرية :

بدأت مرحلة البث التجريبي للقناة الفضائية المصرية في ١١/٥/١٩٩٠، وبعد نجاح إستقبالها بوضوح خلال المحطات التي أقيمت في السفارات المصرية وفي بعض الدول العربية، ثم إفتتاح إرسالها إلى العالم العربي ووسط أفريقيا وجنوب أو روبا وشرق آسيا عبر القمر الصناعي العربي عربسات^(٢).

بداية البث الرسمي ١٢ ديسمبر ١٩٩٠، ساءت البث ٢٤ ساعة دون إعادة، ٩٧% من البرامج من الإنتاج الخاص بالقناة والباقي منتقى من برامج الأولى والثانية والقنوات الإقليمية، تبث على تسعة أقمار صناعية تغطي جميع دول العالم .

القناة الفضائية العربية المفضلة لدى المشاهدين المصريين والعرب كما ظهر في أكثر من إستفتاء، تتميز القناة بتنوعها البرامجي للهائل بحيث تحقق كافة الأغراض الإعلامية وتلبى كافة إحتياجات المشاهد العربي إخبارياً، سياسياً، دينياً، إقتصادياً، ثقافياً، رياضياً وترفيهياً فضلاً عن برامج المرأة والطفل^(٣).

وتمثل الفضائية المصرية نقطة تحول مهمة في تاريخ التلفزيون المصري، فهي أول قناة يدخل بها التلفزيون المصري عصر البث الفضائي المباشر، وكما هي أول قناة فضائية مصرية فهي أيضاً أول قناة فضائية عربية، أعطت الإشارة لإنطلاق الفضائيات العربية إلى الفضاء، فأحتفظت بعنصرى السبق والتفرد لكونها أول قناة فضائية تحمل الهوية المصرية والعربية في مخاطبة العالم الخارجى، وتتفرد بمقومات المصداقية والموضوعية والتوازن،

(١) - نهى عاطف العبد . " دور نشرات الأخبار فى القنوات الفضائية العربية فى ترتيب أولويات الجمهور المصرى نحو القضايا المصرية والعربية والدولية، رسالة دكتوراة غير منشورة، (القاهرة : جامعة للقاهرة، قسم الإذاعة، ٢٠٠٦) ص ١٨٠.

(٢) - ماجى الحلوانى، عصام نصر. مقدمة فى الفنون الإذاعية والسمعية، (القاهرة : مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، ٢٠٠٤) ص ١٠١.

(٣) - <http://www.tv.myla.net> IN: (٢/٧/٢٠١٠) ١٠:٤٦pm.

والإلتزام بمواثيق الشرف الإعلامية وأخلاقيات البث الفضائي، إجمالى ساعات
بث الفضائية المصرية : ٨٧٦٠ ساعة بمتوسط يومي ٢٤ ساعة * بث ممتد " (١)
(١) أهداف القناة الفضائية المصرية :

- ربط المواطنين العرب بالإعلام والثقافة المصرية التي تنبع من واقعهم
وتعبر عن وحدتهم وترعى قيمهم وأخلاقهم .

ربط السفارات والمراكز الثقافية والإعلامية المصرية في المنطقة
العربية والإفريقية والأوروبية بالإعلام المصري .

- ربط الجاليات المصرية بالإعلام المصري .

- التعريف بالنشاط السياحي والتجاري والاقتصادي المصري من خلال
البرامج التلفزيونية الفضائية .

- المبادرة باستغلال الفضاء في نشر الرسالة الإعلامية المصرية على أو
سع نطاق لإثبات التواجد المصري في ظل التنافس الإعلامي الذي أتاحه
إستغلال الأقمار الصناعية في البث المباشر والدخول في عصر الفضاء الذي
تتسابق فيه جميع الدول الكبرى للسيادة وفرض سيطرتها الإعلامية وخاصة على
منطقتنا العربية .

- الإستفادة من إنتشار إشعاع هذه القناة القمرية داخل جمهورية مصر
العربية لتغطية المساحات المحرومة من الخدمة التلفزيونية . (٢)

(٢) تطور إرسال القناة الفضائية المصرية :

بدأت القناة الفضائية المصرية إرسالها بعدد محدود من ساعات الإرسال
وتطور ووصل الآن إلى ٢٤ ساعة يومياً في محاولة للوصول إلى كافة
المشاهدين في كافة أنحاء العالم .

(٢) الكتاب السنوي . (القاهرة : إتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري، ٢٠١٠) ص ٦٨

(٢) - عاطف على العبد. الإذاعة والتلفزيون في مصر (الماضي والحاضر والآفاق
المستقبلية)، الطبعة الأولى، (القاهرة : دار الفكر العربي، ٢٠٠٢) ص ٢٥٠.

بدأت القناة الفضائية المصرية عملها بالاعتماد على البرامج المقدمة من مختلف القنوات التلفزيونية ثم بدأت في إعداد برامجها اعتماداً على مقدمي برامجها بحيث أصبحت لها برامجها الخاصة به، والتي تعبر عن إستراتيجيات الإعلام المصري في مجال الفضائيات .

وتسعى الفضائية المصرية إلى الإنطلاق إلى افاق أوسع ورؤى مستقبلية حيث تسعى لخلق رولبط قوية بين الجنور في مصر وروافدها في العالم الخارجي بغرض تعميق إنتماء المصريين

في كل مكان لوطنهم الأم .^(١)

٢ - قناة دريم ٢ :

دريم ٢ وهي قناة فضائية تقدم البرامج السياسية والاجتماعية والصحفية والمسلسلات العربية والأفلام المصرية وهي إحدى مجموعة قنوات دريم . وهي مملوكة لرجل الأعمال المصري أحمد بهجت. قناة دريم ٢ يتم بثها على القمر الصناعي المصري نايل سات . أهم برامجها : العاشرة مساءً، الحقيقة، الطبعة الأولى لأحمد المسلماني، واحد من الناس، بلغوا عني ولو آية، دين ودنيا .^(٢)

وتهدف قناة دريم الثانية إلى طرح مختلف القضايا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، لزيادة وعي الجمهور بمشاكل مجتمعه والعالم، حيث تعد قناة دريم الثانية أكثر اهتماماً بالتوعية والثقافة من دريم الأولى، وتتطلع القنوات الخاصة - ومنها قناتي دريم - إلى الحصول على حق البث الأرضي، ولكن إتحاد الإذاعة والتلفزيون يرفض ذلك لأنه من الجانب التقني غير ممكن إضافة قنوات جديدة من ناحية، وإرتفاع تكلفة بث قناة أرضية الذي يصل إلى ٥٠ مليون جنيه على الأقل كبداية من ناحية ثانية .^(٣)

(١) - ماجي الحلواني . مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، الطبعة الأولى، (القاهرة : عالم الكتب ، ٢٠٠٥) ص ٩١ .

(٢) <http://ar.wikipedia.org> IN : (٦/٧/٢٠١٠) . ٩:٠٦pm .

(٣) - بهي عاطف العبد . " علاقة الطفل المصري بالقنوات الفضائية العربية " ، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، قسم الإذاعة، ٢٠٠٣) ص ٢٧٤ .

٣- قناة المحور :

قناة المحور الفضائية قناة تلفزيون مصرية خاصة تمتلكها مجموعة سما جروب المملوكة لرجل الأعمال د.حسن راتب، وبدأت في عيد الإعلاميين الخامس عشر (مايو ٢٠٠١)، وتعرض للقناة العديد من الأعمال الدرامية من مسلسلات وأفلام وتنتج العديد من البرامج ومن أهمها:

٩٠ دقيقة الذي يقدمه الإعلامي معتز الدمرداش. برنامج ٤٨ ساعة تقديم سيد علي وهناء السمري، برنامج ساعة مع شريف تقديم شريف مذكور، برنامج الصفحة الأخيرة تقديم محمد القاضي، برنامج أحلام تقديم الشيخ سيد حمدي، برنامج صبايا تقديم ريهام سعيد، برنامج العيشة واللي عايشها تقديم سارة أسامة، ويرأس القناة الإعلامي أحمد جالو^(١)

وتتمثل أهداف قناة المحور في أن تكون وعاءاً فكرياً يخدم جميع الطوائف، وتناقش الرأي بالرأي والحجة بالحجة وتلتزم بالصدق والموضوعية في الأخبار والبرامج، ومساندة رجال الأعمال الشرفاء وتوضح مشكلاتهم المالية للرأي العام، والتعبير عن الفكر المصري السليم في مختلف مناحي الحياة: اجتماعياً وسياسياً واقتصادياً وثقافياً بما يفيد المشاهد ويحقق المتعة معاً .

(١) - <http://ar.wikipedia.org> IN: (٦/٧/٢٠١٠) .

المبحث الثاني

البرامج الحوارية بالفتوات الفضائية

أولاً : نشأة وتطور البرامج الحوارية :

إن المقابلة التلفزيونية تطورت من المقابلة الصحفية التي سبقت المقابلة الإذاعية بأكثر من قرن من الزمان، إذ ظهرت في الصحافة الأمريكية لأول مرة عام ١٨٣٦م، من خلال الحوار الذي أجراه صحفي الأمريكي مع صاحبة منزل قتلت في بيتها امرأة منحرفة، وكانت أسئلة المقابلة قد صيغت على غرار المسائلة القانونية .

ومنذ ذلك الحين إنتشرت المقابلة في الصحافة العالمية وأخذت شكلها الإعلامي بإعتبارها من الفنون الإعلامية المهمة، ومع مطلع القرن العشرين إنتقلت المقابلة إلى الإذاعة وأضحت أحد فنونها الرئيسية، ومع بداية النصف الثاني من القرن الماضي إنتقل فن المقابلة إلى التلفزيون ليكون أحد فنون الإقناع المهمة على الشاشة في العديد من محطات التلفزيون العالمية، بمن في ذلك محطات التلفزيون العربية، وإستمرت برامج المقابلات تتطور شكلاً ومضموناً في وسائل الإعلام العربية والعالمية .

وبعد أن دخل فن المقابلات المسموعة والمرئية مرحلة التطوير في معاهد وأقسام وكليات الإعلام كغيره من الفنون الإذاعية والتلفزيونية، تطورت أساليبه ووسائله وتقنياته وتعددت وظائفه وتنوعت موضوعاته، فأصبحت المقابلات الإذاعية والتلفزيونية تتناول موضوعات سياسية واقتصادية ودينية وإجتماعية وفنية ... إلخ^(١)

وفي مجال " التوك شو " الاجتماعي أيضاً شكلت المحطات اللبنانية نموذجاً جريئاً راح المشاهدون العرب يستغربونه ويتبهرجون به أو يمتعضون من جرأته، ومن ثم راحوا يعتادون عليه، بل حتى يقلدونه، ولاسيما لدى إثارة المواضيع

(١) مصطفى حميد كاظم الطائي . الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع، الطبعة

الأولى، (الإسكندرية : دار للوفاء للطباعة والنشر، ٢٠٠٧) ص ٢٧٨

التي تلامس المكيوت والمسكوت عنه . وقد إستسخت برامج هي مقلدة في الأصل لبرامج أجنبية مثل : " الشاطر يحكى " الذي عرض سابقاً على شاشة " إل . بي . سي " ، و " سيرة وإنتفتحت " للذي يعرض حالياً على شاشة المسقل، و " الحل بإيدك " الذي عرض سبقاً على شاشة " نيوتى . في " ، وأصبح لها مقلدون كثر في الفضائيات العربية الأخرى . (١)

ثانياً : أنواع الحوار :

يرتبط نوع الحوار كمحرك أساسى للبرامج الحوارية، بطبيعة الشخصية المتحاوره أو ضيف البرنامج ... وهناك عدة أنواع للحوار، وكلها أنواع تقرر قالياً وإيقاعاً فنياً وفكرياً خاصاً في البرنامج الحوارى وهى : حوار الشخصية، حوار المعلومة، حوار الرأى، الحوار المتخصص . (٢)

- حوار للشخصية :

يستهدف تسليط الأضواء على الضيف من جوانبها المختلفة وهناك خطأ شائع مفاده أن هذا النوع من الحوار يقتصر على الشخصيات المشهورة فالواقع أن حوار الشخصية يمكن أن يشمل أي شخصية طالما توافر فيها جانب شيق يجذب إنتباه المشاهدين (٣) وعلى الأسئلة أن تبرز جوانب الشخصية المختلفة أو على الأقل الجوانب الطريفة فيها، وأيضاً يجب على المتحدث أن يراعى الحالة النفسية الناشئة عن الظروف التي يحرى فيها الحوار فيصبغ لهجته وصوته بهذه الحالة أو بشئ قريب منها، حتى لا يחדش عواطف الذيت يتحدث إليهم أو عواطف المشاهدين، فإذا أجرى حواراً أثناء وقوع كارثة حريق راح فيه بعض

(١) - نهود القادرى عيسى، قراءة فى ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على تخوم

التفكيك، الطبعة الأولى، (بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية ، ٢٠٠٨)

(٢) - نسمة أحمد البطريق . الكتلة للإذاعة والتلفزيون، الطبعة الاولى، (القاهرة : الدار

العربية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩) ص ١٩٢

(٣) - بركات عبد العزيز . إتجاهات حديثة فى إنتاج البرامج الإذاعية (أصول الإحتراف

ومهارات التطبيق)، الطبعة الأولى (للقاهرة : دار الكتب الحديث، ٢٠٠٠) ص ١١١

الضحايا فيجب أن يكون في لهجته وصوته ما يدل على تأثره بالحادث، ولا يجرى الحوار بطريقة محايدة، وكان الأمر لا يعنيه (١).

- حوار المعلومة أو المتخصص :

هذا النوع من الحوار يجرى لتقديم خدمات عامة، وقد يكون صيف البرنامج شخصية غير معروفة نسبياً، وقد يكون شخصية مرموقة في مجال عمله لأن الهدف الأساسي هو إعطاء وتوصيل المعلومات . وعندما يكون صيف البرنامج من الشخصيات المهمة للبارزة، فإنه غالباً ما يمزج المعلومات بطرح آراء شخصية . على الرغم من أن ما يمكن أن يسميه البعض رأياً قد يسميه الآخرون حقيقة . (٢)

ولما كانت الأخبار هي بمثابة معلومات عن وقائع جديدة وأحداث يسمي التلفزيون للحصول عليها من مصادرها، ثم يقدمها إلى جمهوره، فقد درج العاملون في المحطات على إطلاق اسم " الحوار الإخباري " على هذه الحوارات التي يكون هدفها الحصول على " أخبار " أي " معلومات " حول حدث أو واقعة أو موضوع لم يسبق نشره . مثل الحوارات التي يتم إجراؤها مع المسؤولين والمتحدثين الرسميين وكبار الشخصيات، عقب الاجتماعات الرسمية الهامة أو بداية الزيارات الرسمية، أو بعدمغادرة الضيوف الرسميين للبلاد، أو عند وقوع أحداث هامة على المستوى العام. (٣)

وأهم أهداف هذه البرامج هو التناول حول معلومة لتحقيق :

أهداف عامة : إعلامية - إرشادية - ترفيهية - ثقافية ... إلخ

أهداف خاصة : تغطية أحداث مستجدة في المجالات المتعددة في الحياة .

(١) - أميرة الحسيني . فن الكتلية للإذاعة والتلفزيون، الطبعة الأولى، (لبنان : دار النهضة العربية، ٢٠٠٥) ص ١٢٨

(٢) - روبرت هيلارد، مؤيد حسن فوزي . الكتلة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة، الطبعة الأولى، (الإمارات : دار الكتب الجامعي، ٢٠٠٣) ص ٢٥٣

(٣) - أميرة الحسيني . مرجع سابق ، ص ١١٦

أهداف متخصصة : في مجالات الأدب - الفن - السياسة - الإقتصاد -
الاجتماع ... (١)

- حوار الرأي :

هو بمثابة إستعراض لوجهة نظر شخص ما في قضية معينة تحظى
باهتمام الناس وتشغلهم، وعلى هذا فإن الأساس الذي يقوم عليه هذا النوع من
برامج الحوار هو آراء الشخص الذي نجرى معه المقابلة، وليس شخص المذيع
أو مقدم البرامج .

وضيوف هذا النوع من البرامج يمكن أن يكونوا من فئة العلماء كما يمكن
أن يكونوا من العوام، ومن غير المتعلمين ففي هذا الحوار لكل رأي ولكل وجهة
نظرة، ولكل موقفه . كما ينبغي إعداد أسئلة للحوار بطريقة تتيح للضيف الإجابة
بما يعبر عن وجهة نظره، والإبتعاد كلية عن الأسئلة المغلقة التي يجاب عليها
بكلمة " نعم " أو " لا " كما لابد من إحترام رأي الضيف مهما كان وأياً كانت
درجة خلافه مع وجهات نظرنا، أو وجهات نظر آخرين شاركوا في نفس
البرنامج . (٢)

ولكن برامج الحوار لا تقتصر على هذه الأشكال (حوار الرأي، وحوار
المعلومات، وحوار الشخصية، والحوار المتخصص)، فمن الملاحظ أن الحوار
الواحد قد يشتمل على عناصر من هذه الأشكال الثلاثة، فالحوار قد يكون حوار
للرأي والمعلومات في آن واحد . كما قد يكون حوار حول شخصية للتعريف
بجوانبها وأبعادها والكشف عن آرائها وما تعرفه من معلومات جديدة حول حدث
من الأحداث أو واقعة من الوقائع . ومن ثم فإن الفصل بين هذه الأشكال
هو لغرض الفهم فقط، فالحدود بين أنواع الحوار ليست قاطعة أو حاسمة . وهناك
عدة أشكال أخرى لبرامج الحوار من بينها المناقشات والندوات وبرامج التليفون،
والبرامج الجماهيرية وغيرها .

- برامج المناقشات :

(١) - نسمة أحمد البطريق . مرجع سابق، ص ١٩٣

(٢) - أميرة الحسيني . مرجع سابق ، ص ١٢٢

تهدف برامج المناقشات إلى تبادل الآراء والمعلومات للوصول إلى حلول واقعية أو محتملة حول أسئلة هامة أو مشكلة معينة . ويجب عدم الخلط بين برامج المقابلات وبرامج المناقشات . فالهدف من برامج المقابلات هو الحصول على المعلومات وإستنباط الآراء بينما تستهدف برامج المناقشات تبادل الآراء والمعلومات، وكتابة برامج المناقشات تسير على خيط رفيع بين الإعداد الكامل للنص، والإعداد الجزئي الذي يتضمن الخطوط الرئيسية . فالكاتب لا يمكنه أن يكتب النص التفصيلي للبرنامج لأنه لا يعرف على وجه الدقة طبيعة الإتجاهات والآراء التي ستثار من جانب المشتركين حول الموضوع أو القضية محور النقاش، وأبسط أنواع المناقشات هي إمتداد لبرامج الحوار حيث يلعب المحاور دوراً أكثر إيجابية فهو يعرض الأفكار التي تحفز المتناقشين على التمعن في الموضوع بشرط أن يقوم بذلك مذيع محنك، والسمة الأساسية لبرامج المناقشات هي وجود الصراع ويتولد هذا الصراع نتيجة الإختلاف في الآراء .^(١)

- برامج التليفون :

يكاد يكون هذا الشكل البرلمجي من خصوصيات الراديو ولكننا نجد بعض المحطات التليفزيونية قد إقتبست هذا الشكل من الراديو .

- برامج المائدة المستديرة :

ويقوم هذا الشكل من البرامج في جوهره على مناقشة جدلية بين عدد محدود من الأشخاص (من ٣ - ٥ أشخاص) حول موضوع معين فالمشتركون يتحدثون ويستمعون إلى آراء بعضهم البعض ويعلنون آرائهم وملاحظاتهم وفقاً للحقائق والآراء التي يعرضها كل منهم فتكون المناقشة حية فعالة .

- البرامج الجماهيرية :

وهي تقوم على إشراك المشاهدين في البرنامج وذلك من خلال تواجد مجموعة منهم داخل الإستديو أو إشتراكهم من المنازل في الإجابة على الأسئلة أو المداخلات والتعقيبات على المناقشات الدائرة بين الضيوف .

(١) حسر عماد مكاوى . الأخبار الإذاعية والتليفزيونية، الطبعة الأولى (القاهرة . الدار العربية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩) ص ٢١٦

- برامج تتخذ شكل محاكمة :

وهي شكل من أشكال البرامج التلفزيونية يعتمد على شكل المحكمة العادية بما فيها من قضاة ومستشارين ومحامين وشهود وإثبات وشهود نفى ومدعى عام ... ويعتمد هذا الشكل من البرامج للتلفزيونية على الديكور بحيث تهيأ أرض الإستديو لتكون في شكل المحكمة بمقاعد الجمهور ومنصة للقضاة وقفس الإتهام ومكان ترافع المحامين وما إلى ذلك .^(١)

ويشمل البرنامج للحواري كل مجالات الحياة تقريباً، من " السياسة والإقتصاد، إلى العلوم والفنون والآداب، إلى السير الذاتية والشخصية " و يقوم ببعض مهام الاتصال المعروفة من إعلام وتنقيف وترويج ... إلخ، والعناصر الأساسية التي يتكون منها البرنامج الحواري هي : هدف البرنامج، الشخصية التي تجري معها الحوار، المذيع أو مقدم البرنامج، موضوع الحوار، صياغة أسئلة الحوار .^(٢)

ثالثاً : خصائص البرامج الحوارية :

يشترط في البرامج الحوارية أن تتميز بالخصائص الآتية :

- المصداقية وتعد المصداقية قيمة أساسية تجعل الحوار بموضوعاته وأساليبه ووسائل تقديمه موضع ثقة من الجماهير .
- الإثارة والجاذبية وتعد هذه الميزة من الخصائص التي تجذب المشاهدين إلى الوسيلة، لأنها تجعل من الحوار أفضل برنامج ترفيهي وتنقيفي في آن واحد .
- الأهمية حيث إن الأهمية تقل من الحوار وتحقق أكبر قدر من المشاركة الجماهيرية، وبخاصة إذا ما تعلق موضوع المقابلة باهتمامات الجماهير ومصالحهم واحتياجاتهم الضرورية بصورة مباشرة أو غير مباشرة.^(٣)

(١) طارق سيد أحمد الخليف . فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، الطبعة الأولى، (القاهرة

: دار المعرفة الجامعية ، ٢٠٠٥) ص ١٤٤

(٢) - أميرة الحسيني . مرجع سابق، ص ١١٤

(٣) - مصطفى حميد كاظم اللطائي . مرجع سابق ، ص ٢٨٢

رابعاً: إعداد برامج الحوار :

إن الإعداد الجيد لبرامج الحوار هو شرط أساسي لنجاحها، فعلى كاتب أو معد برامج الحوار أن يكون على دراية وخبرة واسعة بإمكانات التلفزيون وخصائصه وعلى قدر من الثقافة والمعرفة تمكنه من الإعداد الجيد للحوار أياً كان نوعه سواء من حيث إنتقاء الموضوع أو إختيار الضيوف أو نوعية الأسئلة والقضايا التي ستطرح عليهم .^(١)

وتأكد من أن المصدر لديه معلومات مباشرة، إذا كنت تجمع معلومات عن قصة تتطلب رأى خبير، أي يجب عليك أن تتأكد من أنه يوجد مصدر واحد هو المناسب، فالجراح الرئيسي لعملية زرع الرئة هو مصدر أفضل بكثير من معلومات الطبيب الذي ساعد خلال العملية .^(٢) ويجب تطبيق بعض المعايير بل وحتى بعض القواعد الأساسية لصياغة البرنامج في جميع أنواع الحوارات بغض النظر عن نوعها :

- ١- تحديد الهدف أو الغرض من إجراء الحوار .
- ٢- تحديد نوع الحوار وطريقة إجرائه .
- ٣- تحديد شخصية الضيف .
- ٤- إعداد نبذة عن مسيرة حياة الضيف وماضيه وبشكل خاص ما له علاقة بالحوار المعنى أو موضوع الحوار .
- ٥- تحديد موقع الحوار : في منزل الضيف أو الإستديوأم في موقع بعض الأحداث مثل حفل إفتتاح فيلم جديد أو حفل لمنح للجوائز أو إجتماع سياسى أو محكمة الأحوال الشخصية .^(٣)

خامساً : صياغة الأسئلة :

بعض النصائح عند إعداد الأسئلة :

- التفكير في المشاهدين عند إعداد الأسئلة .

(١) - طارق سيد أحمد الخليفى . مرجع سابق ، ص ١٤٦

(٢) Jan Johnson Yopp, Katherine C . McAdams, Ryan M . Thornburg
Reaching Audiences A Guide to Media Writing, fifth edition,
(United States of America : pearson, ٢٠١٠), P ٢٤٦.

(٣) روبرت هيلارد، ترجمة مؤيد حسن فوري - مرجع سابق ، ص ٢٦٩

- إعداد ما لا يقل عن ٢٠ سؤالاً على الأقل مقدماً .
- ابدأ الأسئلة بمن، ماذا، متى وأين ولماذا وكيف .
- يمكنك أن تكسر الجليد المحيط بالموقف وتحدث مع ضيفك قليلاً قبل أن تلقى عليه بأسئلتك .
- إصغى إلى إجابات ضيفك ودون بعض الملاحظات الجيدة .
- إجمع الكثير من المعلومات أكثر مما تعتقد أنك سوف تحتاج .
- كن على علم بالسيرة الذاتية للشخص الذي سوف يتحدث معه .
- اترك الأسئلة الصعبة إلى نهاية الحوار .^(١)

ويتجنب المحاور السلبيات التالية أثناء تنفيذ الحوار :عدم منح الإهتمام الكافي للضيف، الأسئلة الطويلة للمركبة أو الغامضة، فقد الاتصال بالنظر مع المتحاور معه لفترات طويلة، السماح للضيف بقراءة الأسئلة مقدماً، النظر إلى الساعة لمراقبة الوقت لأن ذلك يثير قلق الضيف، عدم توجيه أسئلة للمتابعة إذا كانت الإجابة غير كافية، الأسئلة المغلقة، الأسئلة الإيحائية، الأسئلة البعيدة عن خبرات المتحاور معه، المقدمة الطويلة وكثرة الإستهلال، التخلص من الألفاظ أو الإشارات التي لاداعي لها والتي يقوم بها المحاور أحياناً دون وعي، عدم مقاطعة الضيف إلا إذا خرج عن موضوع الحوار أو إنتهى الوقت المخصص له على الهواء .^(٢)

ساسناً: تنفيذ برامج الحوار :

تأتى مرحلة تنفيذ البرنامج أو إنتاجه بعد مرحلة الإعداد، فبعد تحديد الموضوع، والهدف منه، والإحاطة بالأفكار والقضايا المرتبطة به، وصياغة الأسئلة ومحاور النقاش، واختيار الضيوف، لا يبقى إلا إخراج كل ذلك إلى حيز التنفيذ أي أن يتم إنتاج البرنامج في التلفزيون .

(١) James Glen Stovall . **Writing For The Mass Media**, seventh edition, (United States of America : pearson, ٢٠٠٩), P ٨٦

(٢) حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار فرج مستقبل الإذاعة في عصر البث الفضائي، الطبعة الاولى، (تونس : اتحاد إذاعات الدول العربية، ٢٠٠٦)

وتحتاج عملية تنفيذ برامج الحوار وإنتاجها إلى تضافر كل الجهود سواء تلك التي تسبق للتنفيذ من تخطيط البرنامج وتحديد خطوطه العامة وموضوعاته ومدى دوريته (يومي - أسبوعي - شهري) وإعداد له، أو تلك التي تحدث أثناء التنفيذ وعند دخول الاستديو بهدف تنفيذ هذا التخطيط للعام . حتى يكون المنتج النهائي مقبولاً من جانب الجمهور الذي يتلقاه محققاً للأهداف التي أنتج من أجلها. (١)

سابعاً : عوامل نجاح البرامج الحوارية :

١- طرافة الموضوع وأهميته : ولعل برامج الحوار التي لا يتوافر بداخلها هذا الشرط الأساسي تصبح منذ البداية عديمة النفع بالنسبة للمشاهد التلفزيوني بصفة عامة .. وعلى إختلاف الفئة التي ينتمي إليها هذا المشاهد .

فالأحداث خاصة في العصر الحديث أصبحت أحداثاً متتابعة ومتغيرة ومتنوعة .. يقع إذا على عاتق المعد أن يختار من بين تلك الموضوعات الهامة، ويضاف إلى ذلك طرافة الموضوع، أي تميزه بعناصر إضافية تهم الجمهور المشاهد من حيث القوالب الفنية والفكرية .

٢- شخصية المحاور أو الكاتب أو المعد التلفزيوني :

- واسع الإطلاع والثقافة
- متعدد المصادر للحصول على المعلومات
- أن يكون ملماً بتلك الشخصيات اللامعة والمرموقة والمتخصصة في المجالات المتعددة من حيث قدراتها وإمكانياتها الفكرية والذهنية والثقافية والفنية .
- يجب أن يتمتع المعد والكاتب (والمذيع) بالتلفزيوني لهذا النوع من البرامج بلباقة وقدرات في الحديث مرتفعة .
- أن يعد الأسئلة المرتبطة بموضوع الحوار إعداداً جيداً

(١) - طارق سيد احمد الخليفى . مرجع سابق، ص ١٤٩

٣- القوالب الفنية والفكرية، إن البرامج الحوارية قد تستغرق مدة طويلة تصل إلى الساعة، وقد يصاب المشاهد والضيف أيضاً بالإرهاق والملل، فيلجأ المعد في العديد من المواقف حتى يتجنب هذه الحالة، إلى إدخال مادة وقوالب فنية وفكرية في البرامج الحوارية .

٤- نوع الحوار، ويرتبط نوع الحوار كمحرك أساسي للبرامج الحوارية، بطبيعة الشخصية المتحاوره أو ضيف البرنامج ... وهناك عدة أنواع للحوار، وكلها أنواع تفرض قالباً وإيقاعاً فنياً وفكرياً خاصاً في البرنامج الحوارى .^(١)

ثامناً : أشهر البرامج الحوارية العربية :

١- برنامج القاهرة اليوم:

يعتبر برنامج القاهرة اليوم من أشهر البرامج التلفزيونية الحوارية علي الهواء في مصر والعالم العربي لأنه يتمتع بنسبة مشاهدة عالية رغم أن عرضة يتم من خلال قناة مشفرة - اليوم - ضمن شبكة قنوات خاصة " أو ربت" ويقوم بتقديم البرنامج بشكل رئيسي الإعلامي عمرو أديب وبمشاركة أحمد موسى - صحفي بالأهرام - وعزت أبوعوف - فنان - ورجاء الجداوي - فنانة - ومحمد شردي - نائب بالبرلمان المصري - وحمدى رزق - رئيس تحرير جريدة المصور - وآخرين ويرأس تحريره الإعلامي / طارق يونس. يقوم البرنامج بمتابعة شاملة لأخر الأخبار الهامة والأحداث اليومية في مختلف المجالات سواء سياسية، اقتصادية، فنية أو إجتماعية. وأيضاً يهتم بأخر مانشر بالصحف اليومية والأسبوعية وأهم الأخبار المتناولة في الصحافة من خلال فقرة مخصصة للصحافة يقوم علي تقديمها الصحفي ورئيس تحرير جريدة المصور / حمدى رزق.

تم عرض الحلقة الأولى من البرنامج في عام ٢٠٠٠ م وتحديداً في يوم ٢٠٠٠/٥/٦ ويث للبرنامج في تمام العاشرة ونصف " حسب توقيت القاهرة"

(١) - نسمة أحمد البطريق . مرجع سابق ، ص ١٩٠

علي قناة اليوم التي هي جزء من شبكة قنوات الأو ربت للخاصة، وحدث أن توقفت القناة عن البث وتم قطع إرسالها وبذلك توقف البرنامج عن البث أيضا ولكن عادت قنوات شبكة الأو ربت للظهور من جديد يوم ٢٠١١/٢/١٣ بعد إستقالة وزير الإعلام السابق أنس الفقى وتوقف دام خمسة شهور .

٢- الحياة اليوم:

برنامج الحياة اليوم يقدمه الإعلامى شريف عامر ولبنى عسل وبرنامج الحياة اليوم من برامج التوك شوالذي يسير بنفس أسلوب برنامج ٩٠ دقيقة وبرنامج القاهرة اليوم وغيرهم من برامج التوك شو.

٣- على الهواء:

برنامج " على الهواء " من برامج التوك شوالتي تذاع على قناة أو ربت الفضائية ويذاع على قناة اليوم التابعة لأو ربت البرنامج يقدمه الإعلامى جمال عنایت وهو من الإعلاميين المصريين ولا يشاركه في تقديم البرنامج غيره من الإعلاميين والبرنامج شعبيته محدودة وغير مميز .

٤- برنامج بلدنا:

برنامج بلدنا واحد من برامج التوك شوالجديدة والذي يعرض على قناة O tv الفضائية البرنامج يقدمه الصحفى خالد صلاح والاعلامية مى الشربى يذاع البرنامج من الأحد للخميس .

٥- الحياة والناس:

برنامج الحياة والناس يذاع على قناة للحياة الفضائية وهو تقديم الاعلامية المرموقة والمعروفة رولا خرسا البرنامج يذاع من الأحد للخميس .

٦- بالمصرى الفصيح:

برنامج بالمصرى الفصيح من برامج التوك شوالجديدة وهو يعرض على قناة On TV الفضائية البرنامج تقديم ريم ماجد ويذاع من الأحد للخميس الساعة الثامنة مساءً^(١).

(١) تم الاعتماد فى هذه الجزئية على مشاهدة الناحية لهذه البرامج، ومراجع الإنترنت انحصار هذه الجزئية :

- IN: (١٧/١٠/٢٠١٠) <http://www.alqaheraalyoum.net/main/alqahera>

-IN: (١٢/٧/٢٠١٠) <http://www.arbnews.net/?p=٤٠٩>

تاسعاً : البرامج الحولارية عينة الدراسة :

١- مصر النهاردة :

كان يطلق عليه في البداية البيت بيتك ولقد إنطلقت أولى حلقاته ٢٠٠٤/١٠/١٥ وتناوب على البيت بيتك متبعون من بينهم : نبيل الشوباشي، إنجي أنور، هند رشاد، شافكي المنيري، أميرة عبد العظيم، شيرين الشايب، جاسمين طه زكي، شريف عبد الرحمن، مريم أمين، ياسمين عبد الله، نيرفانا إدريس، معتز الدمرداش، إيمان الحصري، أسامة منير، وهناك العديد من المذيعين والإعلاميين والرياضيين الذين قدموا فقرات أسبوعية أو خاصة مثل طارق حبيب -فقرة فنية أسبوعية في عام ٢٠٠٥، أسامة منير- فقرة الشباب الأسبوعية يوم الاثنين، حسين الإمام - فقرة "حلى مع حسين" في رمضان ٢٠٠٥، رزان مغربي - فقرة " رزان وعباس " في رمضان ٢٠٠٦، عباس أبو الحسن - فقرة "رزان وعباس" في رمضان ٢٠٠٦، حازم أمام - فقرة الرياضة الأسبوعية يوم الاثنين في ٢٠٠٥ - ٢٠٠٦، هاني رمزي - تغطية كأس العالم في ٢٠٠٦، مصطفى عبده - تغطية كأس الأمم الأفريقية في ٢٠٠٦، أحمد شوبير - الكرة في بيتك في ٢٠٠٧ بتغير اسم البرنامج وأصبح مصر النهاردة نظراً لتغيير الجهة المنتجة للبرنامج، وهو برنامج حوارى، يذاع على القناة الثانية والفضائية المصرية ستة أيام إسبوعياً من السبت وحتى الخميس لمدة ساعتين يومياً من العاشرة وحتى منتصف الليل.

كان يقوم بتقديم البرنامج الإعلامى محمود سعد يومى السبت والأربعاء ولكنه فسخ عقده نهائياً مع شركة " صوت القاهرة " للإعلانات، وكان وراء قراره الإتهام من البرنامج، الاعتراض على فرض عمرو الخياط رئيس تحرير البرنامج، الفريق أحمد شفيق رئيس الوزراء ضيفاً على حلقة ٢٠١١/٢/٢٦، وهناك مصدر آخر يشير إلى أن وراء قرار إنسحاب محمود سعد من البرنامج تخفيض راتبه، وهو ما عرفه " سعد " قبل الحلقة مباشرة، وهو ما قد يكون سبباً في إستقالته من البرنامج، ويقوم بتقديم البرنامج الآن بعد تخلى محمود سعد عنه، تامر أمين وخيرى رمضان بالتناوب .

يتناول البرنامج على مدار الأسبوع قضايا المجتمع السياسية والاقتصادية والاجتماعية والفنية والرياضية من خلال فقرات ثلثة إسبوعياً وأخرى تتناول الأحداث اليومية والجارية محلياً وعربياً ودولياً، وتقديم خدمات إخبارية متميزة من خلال التقارير والتحقيقات المصورة من القاهرة والمحافظات المختلفة.

وفي إطار مفهوم التواصل مع المشاهدين تأسس على الإنترنت موقع (مصر النهاردة) والذي يبت عليه مباشرة للحلقات في وقت بثها على الهواء ويتمكن المشاهدين من متابعة الحلقات مباشرة عبر شبكة الإنترنت.

ويقود فريق العمل المشرف العام على البرنامج المخرج / أحمد طه، والمشرف العام على التحرير الكاتب الصحفي / حازم منير، والمنتج الفني / عماد ربيع، ورئيس التحرير .. الإعلامي / عمرو عبد الحميد ومخرج (مصر النهاردة) عماد الغول).

أهداف البرنامج :

- التعبير المباشر عن الناس من خلال مشاركتهم في طرح مشاكلهم وقضاياهم وإهتماماتهم وطموحاتهم .
- التوازن والتنوع في تناول قضايا الرأي العام .
- المبادرة بعرض قضايا مجتمعية وأفكار جديدة على الرأي العام وإثراءها بعرض وجهات النظر المختلفة في شأنها .
- متابعة وتغطية الأحداث الجارية في سياق خبري .
- إتاحة الفرصة لمختلف فئات المجتمع في التفاعل مع الأحداث والقضايا العامة والمبادرات المطروحة .
- منح فرصة أكبر للتعبير عن الشباب وتفاعلهم مع قضاياهم وإهتماماتهم .
- التنوع بما يتيح الوصول إلى والتعبير عن أكبر شريحة من المشاهدين المصريين داخل وخارج الوطن^(١)

(١) ٠٨:٢٤pm (٢٠/٧/٢٠١٠) IN: <http://www.masrelnahrda.net/about.php>

ومتابعة الباحثة للبرنامج

٢- العاشرة مساءً :

بدأ برنامج (العاشرة مساءً) في يونيو ٢٠٠٥ كأحد البرامج الحوارية الخاصة متعددة الفقرات، يعرض على قناة دريم ٢ يومياً ما عدا يومى الخميس والجمعة ويتناول العديد من القضايا والمشكلات المجتمعية بالإضافة إلى وجود مقدمة إخبارية يومية تتناول الأحداث اليومية في الشارع المصرى^(١).
تقدم البرنامج منى الشاذلى بالإضافة إلى فقرة خاصة بالطب يقدمها د/ خالد منتصر ويذاع في تمام الساعة العاشرة .

٣- ٩٠ دقيقة :

هو أحد البرامج الحوارية متعددة الفقرات، يعرض على قناة المحور يومياً ما عدا يومى الخميس والجمعة، ويتناول العديد من القضايا والمشكلات المجتمعية بالإضافة إلى وجود مقدمة إخبارية يومية تتناول الأحداث اليومية في الشارع المصرى .

يقدم البرنامج معتز الدمرداش وريهام السهلى ويذاع الساعة التاسعة والنصف ويستمر مدة ساعتين وأحياناً يزيد.

(١) - ريهام سامى حسين يوسف ، مرجع سابق، ص ٦١

الفصل الثاني

المراهقين وعلاقتهم بالقنوات الفضائية

- أولاً : العوامل المحددة لشكل المراهقة .
- ثانياً : خصائص مرحلة المراهقة .
- ثالثاً : مظاهر النمو في مرحلة المراهقة .
 - النمو الجسمي .
 - النمو العقلي .
 - النمو الاجتماعي .
 - النمو الإنفعالي .
- رابعاً : أسباب مشكلات المراهق الإنفعالية .
- خامساً : حاجات المراهقين .
- سادساً : أبرز المشكلات والتحديات السلوكية في حياة المراهق .
- سابعاً : الفضائيات العربية والمراهقين .

مقدمة

مرحلة المراهقة هي مرحلة انتقال بين الطفولة والنضج، بين الاعتماد على العائلة وعدم المسؤولية الاجتماعية إلى الاعتماد على النفس وتحمل المسؤولية الاجتماعية، كما تعود أهميتها إلى أنها تمثل مرحلة مهمة من مراحل التعليم فهي تمتد من نهاية المرحلة الإعدادية وحتى أبواب الجامعة^(١).

فالمراهقة فترة يمر بها الفرد في حياته وتلي مرحلة الطفولة و بدايتها يمكن تحديدها بأحد مظاهر التغير نحو النضج فيها وهو البلوغ، ويقسم العلماء مرحلة المراهقة إلى فترات ويختلف العلماء في تحديد هذه الفترات سواء من ناحية عددها أو من ناحية بدايتها ونهايتها الزمنية . ويمكننا تقسيم مرحلة المراهقة إلى ثلاث فترات لكل فترة ما يقابلها من العمر الزمني وهذه الفترات (المراحل) كما يلي :

مرحلة المراهقة المبكرة سن ١٢ - ١٣ - ١٤ وتقابل المرحلة الإعدادية أو المتوسطة .

مرحلة المراهقة الوسطى سن ١٥ - ١٦ - ١٧ وتقابل المرحلة الثانوية .

مرحلة المراهقة المتأخرة سن ١٨ - ١٩ - ٢٠ - ٢١ وتقابل مرحلة التعليم العالي^(٢).

أولاً : العوامل المحددة لشكل المراهقة :

مرحلة المراهقة مرحلة حرجة في حياة الفرد، ومن بين ما يظهر مرحلة المراهقة بهذه الصورة ما يلي :

- ١- الصراعات النفسية : التي قد يتعرض لها المراهق، ومنها :
- الصراع بين السعي لأن يكبر ويتحمل المسؤولية، وأن يظل طفلاً ينعم بالأمن (الصراع بين مطلب الرشد وبواقى الطفولة) .

(١) - محمود عطية - ضغوط المراهقين والشباب وكيفية مواجهتها، الطبعة الأولى (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية، ٢٠١٠) ص ٩

(٢) - مصطفى محمد عبد العزيز . سيكولوجية فنون المراهق، الطبعة الخامسة (القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية، ٢٠٠٩) ص ٢٨

الصراع بين السعى للإستقلال، والحاجة إلى المساندة والدعم
والاعتماد على الآخرين خاصة الوالدين والأسرة .

الصراع بين السعى للحرية الشخصية وتحقيق الذات، والضغط
الاجتماعية المتمثلة في المعايير والقيم الاجتماعية .

- الصراع بين ضبط الأنا الأعلى (الداخلي)، والمثيرات والضغط
(الخارجية)

- الصراع بين تحقيق الدوافع وإشباع الحاجات، ومطالب الواقع
الخارجي وضرورة التوافق الاجتماعي .

- الصراع بين الضغط الجنسية، والضغط الدينية والقيمية .

٢- الإختيارات والقرارات : فعلى المراهق القيام بالإختيارات وإتخاذ
القرارات الحيوية التي تحدد مستقبل حياته . ومن هذه الإختيارات والقرارات ما
يتعلق بالتعليم (مستواه ونوعه ومداه) ومما ما يتعلق بالمهنة (نوعها والإعداد لها
والدخول فيها والتوافق معها) ومنها ما يتعلق بالزواج (الزواج أو الإضراب عن
الزواج) . وقد تسبب الصراعات تردد المراهق ونقص قدرته على اتخاذ
القرارات .

٣- المشكلات : التي قد تتخلل مرحلة المراهقة، سواء المشكلات النفسية
أو الاجتماعية أو الاقتصادية أو النفسية .

٤- ظاهرة البطالة : ويقصد بها البطالة الاقتصادية والاعتماد على
الآخرين . ويقصد بها أيضاً البطالة الجنسية، فالمراهق مؤهل جنسياً إلا أنه غير
مسموح له أن يمارس الجنس إلا في الحلال شرعاً وبعد أن يستطيع البقاء، وهذا
لا يتأتى إلا بعد فترة قد تطول .

٥- الخلط لدى الكبار : بخصوص مفاهيم مثل السلطة والحرية والنظام
والطاعة والديمقراطية ... إلخ وإختلاف وجهات النظر بين الكبار وبين
المراهقين بخصوص هذه المفاهيم .^(١)

(١) حامد عبد السلام زهران . علم نفس التماثل الطفولة والمراهقة، الطبعة الخامسة
(القاهرة : عالم للكتب، ٢٠٠١) ص ٣٢٧

ثانياً: خصائص مرحلة المراهقة :

من أهم خصائص مرحلة المراهقة ما يلي :

- النمو الواضح المستمر نحو النضج في كافة مظاهر وجوانب الشخصية .
- التقدم نحو النضج الجسمي (أقصى طول) .
- التقدم نحو النضج الجنسي .
- التقدم نحو النضج العقلي حيث يتم تحقق الفرد واقعياً من قدراته وذلك من خلال الخبرات والمواقف والفرص التي يتوافر فيها الكثير من المحركات التي تظهر قدراته وتعرفه حدودها، فقد نجح وفشل وقيم نفسه وقيمه الآخرون ... وهكذا .

- التقدم نحو النضج الإنفعالي والإستقلال الإنفعالي .

- التقدم نحو النضج الاجتماعي والتطبع الاجتماعي وإكتساب المعايير السلوكية الاجتماعية والإستقلال الاجتماعي وتحمل المسؤوليات وتكوين علاقات اجتماعية جديدة والقيام بالإختيارات وإتخاذ القرارات فيما يتعلق بالتعليم والمهنة والزواج .

- تحمل مسئولية توجيه الذات وذلك بتعرف المراهق على قدراته وإمكاناته، وتمكنه من التفكير وإتخاذ القرارات بنفسه لنفسه .

- إتخاذ فلسفة في الحياة ومواجهة نفسه والحياة في الحاضر والتخطيط للمستقبل .^(١)

ثالثاً: مظاهر النمو في مرحلة المراهقة :

النمو الجسمي :

إن طفرة النمو الجسمي الذي يبدأ مع البلوغ الجنسي ويستمر بمعدل متناقض التسارع في المراهقة المبكرة يقل تدريجياً في طور السعي - المراهقة المتأخرة - ويساعد هذا البطء في إحداث التكامل بين مختلف الوظائف العضلية، ويطرأ على النمو في الطول والوزن في هذا الطور إستقرار واضح فالزيادة في كل منهما ضئيلة جداً .

(١) - حامد عبد السلام زهران . مرجع سابق، ص ٣٢٤

ويكون البنون أطول من البنات وأثقل وزناً منهم أيضاً ويستمر الحال كذلك فيما بعد، ويتضح التحسن في صحة المراهق، وتعتبر مرحلة المراهقة المتأخرة فترة قمة الصحة والشباب، ويتم النضج الجسمي في نهاية هذه المرحلة، ويتم الوصول إلى التوازن للغدد ويكتمل نضج الخصائص الجنسية الثانوية عند الجميع ويتم التكامل بين الوظائف الفسيولوجية والنفسية في شخصية متكاملة، ويقرب النشاط الحركي إلى الاستقرار والرزلة والتأزر التام وتزداد المهارات الحسية الحركية بصفة عامة (١).

والفتيات يحدث لها النمو الجسدي في سن مبكرة قليلاً عن الأولاد، أما بالنسبة للنضج العاطفي فهذه مسألة أخرى، إذ أن النضج العاطفي ينمو بعد النمو الفيزيائي وهو أقل ارتباطاً بالتغيرات الفيزيائية، فالأمر يعتمد على الخبرات الشخصية أكثر من الاعتماد على التغيرات الفيزيائية (٢).

النمو العقلي :

يبلغ التركيب الذهني أقصى درجة من درجات الإتزان في نهاية هذه المرحلة، ويتم الوصول إلى تفكير الراشدين، ويصل فيها الذكاء إلى قمته، إذ تشهد مرحلة المراهقة الطفرة النهائية في النمو العقلي، كما يتطور البناء العقلي في تلك المرحلة تطوراً كبيراً، وتتطور طريقة التفكير لدى المراهق مع الميل كثيراً إلى استخدام المنطق والمفاهيم والعلاقات المجردة وقوانين التفكير المنهجي، مما يشجعه على تبادل الأحاديث، ومناقشته كافة القضايا المطروحة والقدرة على التفكير بالمستقبل، وهو ما يشكل منظوراً خاصاً لعلاقة المراهق بالقضايا المثارة عبر وسائل الإعلام التكنولوجية، حيث لا يتركها تعرض أمامه هكذا دون أن يقف عندها مفكراً محاولاً التعرف على كافة أبعادها وأسبابها وآثارها ونتائجها المحتملة في المستقبل، بل ويتجه للتعرف على وجهة نظر المحيطين حيالها كي

(١) رباب صلاح السيد إبراهيم . " الثقافة الأدبية التي تقدمها بعض الصحف المصرية ومدى إهتمام المراهقين بها " ، رسالة دكتوراة غير منشورة (جامعة عين شمس :

معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الاطفال، ٢٠٠٨) ص ٦٢

(٢) William S. Myers . Adolescence: A Time of change ٣rd edition

٢٠١٠ . William Gladden Press . P٢٦

يقف على مفهوم ثابت بخصوصها . وهنا نستطيع أن نتخيل طبيعة ذلك المفهوم باختلاف الوسيلة المستخدمة وظروف التعرض لكل شخص، والخلفية الثقافية والفكرية بل والنشئة الاجتماعية التي تشكل فكر المراهق الخاص . حيث يسير النمو العقلي في تلك المرحلة من البسيط إلى المعقد، فتظهر قدرة الفرد على التعلم واكتساب المهارات وفي القدرة على التكيف مع للمواقف الجديدة أو مع المشكلات التي تواجه الفرد فضلاً عن ممارسة العمليات العليا كال تفكير والتذكر والتخيل وإبراك العلاقات^(١).

النمو الاجتماعي :

يتميز النمو الاجتماعي في المراهقة بمظاهر تختص بالتألف مع الآخرين أو النفور والابتعاد عنهم :

التألف : يميل المراهق للجنس الآخر، ويثق بنفسه ويحاول تأكيد ذاته وتوسع دائرة التفاعل الاجتماعي للمراهق تبعاً لتتابع مراحل نموه وللجماعات المختلفة التي ينتمي إليها حتى يدرك حقوقه وواجباته ويتخفف من أنانيته، ويقترّب بسلوكه من معايير الجماعة ويتعاون معهم في نشاطه ومظاهر حياته الاجتماعية .

النفور : وفيها يحاول المراهق إقامة حدود وحواجز بينه وبين بعض الأفراد والجماعات التي ينتمي ويتفاعل معها، وليقيم لنفسه إطاراً ذاتياً يميز شخصيته عن غيره^(٢).

ونجد المراهق ينزع إلى التخلص من الصغوظ التي طالما خضع لها في مرحلة الطفولة والتمثلة في سلطة الأبوين، والمجتمع، والأنظمة الأخلاقية السائدة، فيصبح نافراً من إشرارك الوالدين في أموره ومساعدتهما له، ويتخذ منهما موقف اللامبالاة والانتقاد .^(٣)

(١) - فادي جرجس سلامة . مرجع سابق، ص ٣٠

(٢) زيب محمود شعير . كيف نرى أبنائنا ؟ الجنين - الطفل - المراهق، الطبعة الأولى (القاهرة : مكتبة النهضة المصرية، ٢٠٠٠) ص ٢٣٦

(٣) - John، C & Leab، H .The Nature of Adolescence، Third Edition (New York : Rount lededge، ١٩٩٩) P . ١٤٣

النمو الإنفعالي :

إن مرحلة المراهقة عنيفة من الناحية الإنفعالية ومن أهم خصائص النمو الإنفعالي ما يلي :

الحساسية الشديدة، سرعة الإنفعال وشدة، للتناقض الوجداني، القابلية الشديدة للإحياء، صراع الأجيال، التمرکز حول الذات .

ومن أهم العوامل المؤثرة فيه :

التغيرات الجسمية الداخلية والخارجية، العمليات والقدرات العقلية، عدم توفر الإمكانيات المالية للمراهق وعجزه عن سد مطالب نفسه وطموحه، المؤثرات الثقافية والحضارية .^(١)

رابعاً: أسباب مشكلات المراهق الإنفعالية :

- عدم قدرة المراهق على التكيف مع بيئته التي يعيش فيها ممثلة في البيئة الخارجية (الأسرة والمدرسة والمجتمع) .

- العجز المالي للمراهق الذي يقف عقبة في سبيل تحقيق رغباته .

- ضيق المراهق أو المراهقة بسبب ما يشعر به من عدم الثقة، نتيجة تواجده في بعض المواقف الاجتماعية التي يضطر إلى الإشتراك فيها مع الجنس الآخر وشعوره بعدم الإنسجام مما يؤدي إلى إرتياكه .

- شعور المراهق بطلب الأسرة منه تحمل بعض المسؤوليات التي لا تتفق وقدراته ومستوى نموه والاعتماد على نفسه .

- تمرد المراهق على السلطة للعائلية والسلطة المدرسية بسبب القيود التي تفرضها لكلا منهما، وتحول بينه وبين تطلعه إلى التحرر والاستقلال وثورته على النصائح الموجهة إليه .

(١) عبد السلام محمد عزيز عبد السلام . " اتجاهات المراهقين نحو قضايا الطفولة في

الصحف الحربية والمستقلة "، رسالة دكتوراة غير منشورة (جامعة عين شمس :

معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٦) ص ٧٥

- الفطام النفسى للمراهقين : وهو العملية التي يتم بها إنتقال الصبى أو الفتاة من المرحلة التي يعتمد فيها على أسرته على المرحلة التي يعتمد فيها على نفسه، لتكوين علاقات إجتماعية معينة .^(١)

خامساً: حاجات المراهقين :

الحاجة إلى الأمن : وتتضمن : الحاجة إلى الأمن الجسمى والصحة الجسمية، الحاجة إلى الشعور بالأمن الداخلى، الحاجة إلى البقاء حياً، الحاجة إلى تجنب الخطر والألم، الحاجة إلى الإسترخاء والراحة، الحاجة إلى الشفاء عند المرض أو الجرح، الحاجة إلى الحياة الأسرية الآمنة المستقرة السعيدة، الحاجة إلى الحماية ضد الحرمان من إشباع الدافئ، والحاجة إلى المساعدة في حل المشكلات الشخصية .

الحاجة إلى الحب والقبول : وتتضمن : الحاجة إلى الحب والمحبة، الحاجة إلى القبول والتقبل الاجتماعى، الحاجة إلى الأصدقاء، الحاجة إلى الإنتماء إلى الجماعات، الحاجة إلى الشعبية، والحاجة إلى إسعاد الآخرين .

الحاجة إلى مكانة الذات : وتتضمن : الحاجة إلى الإنتماء إلى جماعة الرفاق (الشلة)، الحاجة إلى المركز والقيمة الاجتماعية، الحاجة إلى الشعور بالعدالة في المعاملة، الحاجة إلى الإعتراف من الآخرين، الحاجة إلى التقبل من الآخرين، الحاجة إلى النجاح الاجتماعى، الحاجة إلى الإقتناء والإمتلاك، الحاجة إلى أن يكون قائداً، الحاجة إلى إتباع قائد، الحاجة إلى أن يحمى الآخرين، الحاجة إلى تقليد الآخرين، الحاجة إلى المساواة مع رفاق السن والزملاء في المظهر والملابس والمصروف والمكانة الاجتماعية، الحاجة إلى تجنب اللوم، والحاجة إلى المعاملة العادلة .

الحاجة إلى الإشباع الجنىسى : ويتضمن : الحاجة إلى التربية الجنسية، الحاجة إلى إهتمام الجنس الآخر وحبه، الحاجة إلى التخلص من التوتر، الحاجة إلى التوافق الجنىسى .

(١) عصام نور سرية . سيكولوجية المراهقة، الطبعة الأولى (القاهرة : مؤسسة شباب الجامعة، ٢٠٠٤) ص ٢١

الحاجة إلى النمو العقلي والإبتكار : ويتضمن : الحاجة إلى التفكير وتوسيع قاعدة الفكر والسلوك، الحاجة إلى تحصيل الحقائق، الحاجة إلى تفسير الحقائق، الحاجة إلى التنظيم، الحاجة إلى الخبرات الجديدة والتنوع، الحاجة إلى إشباع الذات عن طريق العمل، الحاجة إلى النجاح وللتقدم الدراسي، الحاجة إلى التعبير عن النفس، الحاجة إلى المطابقة، الحاجة إلى السعي وراء الإثارة، الحاجة إلى المعلومات ونمو القدرات، والحاجة إلى التوجيه والإرشاد العلاجي والتربوي والمهني والأسري والزواجى .

الحاجة إلى تحقيق وتأكيد وتحسين الذات : ويتضمن : الحاجة إلى النمو، الحاجة إلى أن يصبح سوياً وعادياً، الحاجة إلى التغلب على العوائق والمعوقات، الحاجة إلى العمل نحو هدف، الحاجة إلى معارضته للآخرين، الحاجة إلى معرفة الذات، الحاجة إلى توجيه الذات .^(١)

سادساً: أبرز المشكلات والتحديات السلوكية في حياة المراهق:

١- **الصراع الداخلى :** حيث يعاني المراهق من جود عدة صراعات داخلية، ومنها : صراع بين الإستقلال عن الأسرة والاعتماد عليها، وصراع بين مخلفات الطفولة ومتطلبات الرجولة والأنوثة، وصراع بين طموحات المراهق الزائدة وبين تقصيره الواضح في التزاماته، وصراع بين غرائزه الداخلية وبين التقاليد الاجتماعية، والصراع الديني بين ما تعلمه من شعائر ومبادئ ومسلمات وهو صغير وبين تفكيره الناقد الجديد وفلسفته الخاصة للحياة، وصراعه الثقافي بين جيله الذي يعيش فيه بما له من آراء وأفكار والجيل السابق .

٢- **الإغتراب والتمرد :** فالمراهق يشكومن أن والديه لا يفهمانه، ولذلك يحاول الإنسلاخ عن مواقف وثوابت ورغبات الوالدين كوسيلة لتأكيد وإثبات تفرد وتمايزه، وهذا يستلزم معارضة سلطة الأهل ؛ لأنه يعد أي سلطة فوقية أو أي توجيه إنما هو إستخفاف لا يطلق بقدراته العقلية التي أصبحت موازية حوهرياً لقدرات الراشد، وإستهانة بالروح النقدية المتبقطة لديه، والتي تنفعه إلى تمحيص الأمور كافة، وفقاً لمقاييس المنطق، وبالتالي تظهر لديه سلوكيات التمرد والمكاملة والحناد والتعصب والعدوانية .

(١) - حامد عبد السلام زهران . مرجع سابق، ص ٤٣٦

٣- الخجل والإنطواء : فالتدليل الزائد والقسوة للزائدة يؤديان إلى شعور المراهق بالاعتماد على الآخرين في حل مشكلاته، لكن طبيعة المرحلة تتطلب منه أن يستقل عن الأسرة ويعتمد على نفسه، فتزداد حدة الصراع لديه، ويلجأ إلى الانسحاب من العالم الاجتماعي والإنطواء والخجل .

٤- السلوك المزعج : والذي يسببه رغبة المراهق في تحقيق مقاصده الخاصة دون إعتبار للمصلحة العامة، وبالتالي قد يصرخ، يشتم، يسرق، يركل الصغار ويتصارع مع الكبار، يتلف الممتلكات، يجادل في أمور تافهة، يثورط في المشاكل، يخرق حق الاستئذان، ولا يهتم بمشاعر غيره .

٥- العصبية وحدة للطباع : فالمراهق يتصرف من خلال عصبية وعناده، يريد أن يحقق مطالبه بالقوة والعنف الزائد، ويكون متوتراً بشكل يسبب إزعاجاً كبيراً للمحيطين به .

وتجدر الإشارة إلى أن كثيراً من الدراسات العلمية تشير إلى وجود علاقة قوية بين وظيفة الهرمونات الجنسية والتفاعل العاطفي عند المراهقين، بمعنى أن المستويات الهرمونية المرتفعة خلال هذه المرحلة تؤدي إلى تفاعلات مزاجية كبيرة على شكل غضب وإثارة وحدة طبع عند الذكور، وغضب وإكتئاب عند الإناث.^(١)

سابعاً: الفضائيات العربية والمراهقين :

إن نظرة فاحصة إلى فضائياتنا العربية ومدى الحيز الذي تحتله قضايا الشباب فيها يصيبنا بخيبة أمل .

فنظرة هذه المحطات لقضايا الشباب نظرة استهلاكية ومسطحية لا تتصور قضايا الشباب - في أغلب طروحاتها - خارج للموسيقى والرقص والفن والرياضة وما شابه ذلك، وبرامج تلفزيون الواقع تشهد بذلك، وليس " ستار أكاديمي " وحده يغرد ناشداً في هذا المضمار وإنما هي حلقة في سلسلة يمكن أن تكون مفردة أي لا نهاية لها تتعامل مع الشباب وعقولهم وتنتظر إليهم تلك النظرة الاستهلاكية ... بينما الحقيقة أن للشباب قضايا حقيقية غائبة عن إهتمامات تلك الفضائيات .

(١) <http://www.annabaa.org/nbanews/٦٧/٢٥٩.htm> IN: (٥/١١/٢٠١٠)

ففى الوقت الذى تصر فيه هذه الفضائيات على تصفيه عقول الشباب بما تقدمه لهم من برامج تافهة، أثبت كثير من الشباب نضجه وأنه على درجة كبيرة من الوعى المعرفى والتلقى وأنه على درجة عالية من النضج والمسؤولية . تكاد تجمع الآراء على تجاهل الفضائيات للقضايا الأساسية للشباب والنضج الذى يؤدى إلى تأخير سن الزواج فى الوقت الذى يعرض أمامه مغريات الحياة ويطلب فى الوقت ذاته بالصبر أمامها ولا يبعد عنها وعدم الوصول إليها (١).

وإجمالاً يمكن تقسيم مضامين الإعلام الموجه للشباب إلى قسمين أساسيين، هما : برامج رياضية وبرامج غير رياضية، وتركز البرامج الرياضية فى الغالب على نقل المباريات الرياضية وفى مقدمتها مباريات كرة القدم المحلية والدولية، ونادراً ما تقدم هذه المضامين ثقافة رياضية حقيقية، أو تهتم بالثقافة الصحية والبدنية للشباب أما البرامج غير الرياضية فيمكن تقسيمها إلى الفئات التالية :

١- برامج تتجاهل عن عمد القضايا والمشكلات الملحة للشباب العربى، وتكدر حول موضوعات تافهة، مثل : ندنى مستوى الأغنية العربية، وأوضاع كرة القدم المحلية، وحوارات مع الممثلين والراقصات، وتقديمهم بإعتبارهم قدوة للشباب .

٢- برامج التسلية والترفيه ويغلب عليها أغنى الفيديو كليب الهابطة فى كلماتها وألحانها، وأصوات مؤدونها، والتي تعرض بأسلوب الإستهارة الجنسية الرخيصة، إلى جانب العروض السينمائية المبتذلة فى مستوياتها، وكل هذه المضامين تشير إلى الإسفاف والانهطاط الأخلاقى وإنعدام الذوق والإبداع، الذى أصبح مرادفاً لإعلام وثقافة الشباب (٢).

والمشكلة هي أن المراهقين غالباً لا يستطيعون التمييز بين ما هو جيد وما هو سيئ فيما يعرض عليهم، والآثار السلبية للفضائيات بالنسبة للمراهقين تتمثل

(١) - فاطمة حسين عواد . الإعلام الفضائى، الطبعة الاولى، (عمان : دار أسامة، ٢٠١٠)

(٢) - راسم محمد الجمال . مرجع سابق ، ص ١٥٦

في : العنف والجنس والشتائم والصور النمطية والقصص الغير واقعية، كما أن العنف التلفزيوني أصبح أكثر من اللازم مما يؤدي إلى زيادة السلوك العدواني لدى المراهقين، ومن الآثار السلبية أيضاً كثرة الإعلانات التلفزيونية والتي تروج لمنتجات ضارة مثل الكحول والتبغ مع عدم الأخذ في الاعتبار رغبة المراهق في تجربة كل ما هو جديد ومختلف، كما أن زيادة التعرض للقنوات الفضائية بشكل خاص والتلفزيون بشكل عام يؤدي إلى البدانة التي أصبحت في ازدياد سريع ومطرد في فئة المراهقين والتي بدورها يمكن أن تسهم في مشاكل صحية وخطيرة مثل مرض السكري (١).

وخطورة بث هذه القنوات الفضائية أيضاً يأتي من كونه لا يأتي مكشوفاً مباشراً، بل يأتي مقنعاً ويتسلل بهدوء داخل عقول شباننا، ليعيد ترتيب القيم والأفكار داخل عقولهم طبقاً للمنظور الذي يقدمه بث هذه القنوات، والقنوات الفضائية بإرسائها المتنوع، وبرامجها المبهرة المليئة بالإثارة والتشويق تسهل عملية تخيل عالم بعيد عن الواقع، فهي تنقل المراهق من الحياة الواقعية إلى الحياة الخيالية، وهو ما يعبر عنه باسم إيجاد فرصته للتخيل أو الخيال، ومع حالة السلبية التي تسيطر على المراهق أثناء مشاهدته لهذه القنوات، تبدأ عمليات من التفكير الداخلي، والنشاط العقلي الخاص به تنشط بداخله، وتستمر هذه الصور الذهنية لهذا العالم الرمزي غير الحقيقي الذي تقدمه له القنوات الفضائية في السيطرة عليه، لينتهي به الأمر إلى تصديق هذا العالم للتلفزيوني بكل ما فيه من قيم وأفكار، وتبدأ فكرة رفض منظومة القيم التي غرسها فيه الأسرة والمدرسة ودور العبادة، وكل مؤسسات التنشئة الاجتماعية في المجتمع من قبل، لتحل محلها منظومة قيم جديدة مستمدة من مضامين هذه القنوات الفضائية، ويفاجأ المجتمع بجيل رافض لقيمه، ومعتقداته ومثبن لقيم ومعتقدات جديدة مختلفة هي وليدة عالم الفضائيات (٢).

(١) -Margeret Spellings . Helping your child through early adolescence, (USA : office of intergovernmental and interagency affairs, August ٢٠٠٢)P ٣٠.

(٢) - أميرة محمد إبراهيم النمر . مرجع سابق، ص ١١٠.

الفصل الثالث

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

- أولاً : نشأة للنظرية .
- ثانياً : مفهوم النظرية .
- ثالثاً : ركائز الاعتماد على وسائل الإعلام .
- رابعاً : الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي .
- خامساً : علاقة وسائل الإعلام بالنظام الاقتصادي .
- سادساً : علاقة وسائل الإعلام بالنظام السياسي .
- سابعاً : الاعتماد المتبادل بين الأفراد ونظم وسائل الإعلام .
- ثامناً : آثار الاعتماد على وسائل الإعلام .
- تاسعاً : أهداف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام .
- عاشراً : فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام .
- حادى عشر : أبعاد الاعتماد على وسائل الإعلام .
- ثانى عشر : المتغيرات الوسيطة المؤثرة في علاقة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام .
- ثالث عشر : النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام .
- رابع عشر : تكامل النظرية .
- خامس عشر : مميزات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام .
- سادس عشر : الإنتقادات الموجهة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تمهيد:

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام "نظرية بيئية"، والنظرية البيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، وهي تبحث في كيفية تراط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة وكبيرة يرتبط كل منها بالآخر، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات. والمفترض أن يكون نظام وسائل الإعلام جزءاً هاماً من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث، وهذا النظام له علاقة بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى. وقد تنقسم هذه العلاقات بالتعاون أو بالصراع، وقد تكون ديناميكية متغيرة، أو ساكنة ثابتة، وقد تكون مباشرة وقوية أو غير مباشرة وضعيفة.^(١)

وكما يوحي اسم النظرية فإن العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور، وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها، أو مع أحد أجزائها مثل: الصحف - المجلات - الراديو - التلفزيون - السينما.^(٢)

أولاً : نشأة للنظرية :

لقد ظهر مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام في السبعينات الميلادية من القرن الماضي، وذلك عندما ملأ كل من دى فلور وساندرا بول روكيش الفراغ الذي خلفه نموذج الإستخدامات والإشباع، الذي أهمل تأثير وسائل الإعلام وركز على المتلقي وأسباب إستعماله لوسائل الإعلام، فأخذ المؤلفان بمنهج النظام الاجتماعي التعريض لتحليل تأثير وسائل الإعلام، حيث إقترحا علاقة إندماج بين الجمهور، ووسائل الإعلام، والنظام الاجتماعي، وهذه هي البداية الأولى لهذه النظرية.

(١) - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد . الإتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة الخامسة، (القاهرة : للدار المصرية اللبنانية ، أكتوبر ٢٠٠٤) ص ٣١٤.

(٢) Stanley J . Baran . Mass Communication Media Literacy and Culture, sixth edition, (New York : McGraw Hill, ٢٠١٠) p ٣٦٩

ثانيًا : مفهوم للنظرية :

من خلال اسم النظرية يتضح مفهومها، وهو الاعتماد المتبادل بين الأفراد ووسائل الإعلام، وأن العلاقة التي تحكمهم هي علاقة إعتماذ بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية والجمهور، إذ يعتمد الأفراد في تحقيق أهدافهم على مصادر معلومات الإعلام للمنحدرة من جمع المعلومات ومعالجتها ونشرها، والمعلومة هنا هي كل الرسائل الإعلامية حتى الترفيهية منها . (١)

ثالثًا : ركائز الاعتماد على وسائل الإعلام :

تقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على الأهداف من جهة، والمصادر من جهة أخرى . والواقع أن جانباً مما يعنى أن تعيش في مجتمع، هو أنه من أجل أن يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات الكبرى أهدافها الشخصية والجماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو نظم أخرى، والعكس بالعكس . ويعتبر نظام وسائل الإعلام نظام معلومات يسيطر على ثلاثة أنواع من مصادر للمعلومات، يجب على الآخرين أن يحصلوا عليها من أجل بلوغ أهدافهم . (٢)

وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أمور هي :

- (أ) جمع المعلومات : بمعنى جمع المعلومات من مصادرها أو أماكن حدوثها، ومن ثم إرسالها إلى المؤسسة الإعلامية .
- (ب) تنسيق المعلومات : فإذا استقبلت المؤسسة الإعلامية هذه المعلومات، وتكون في بعض الأحيان مستقبلية من أكثر من مصدر، مثل المراسلين، وكالات الأنباء، الإنترنت، تبدأ عملية فرز وتنسيق المعلومات بصورة إعلامية .

(١) - حارم الحمداني . الإعلام الحربي والعسكري، الطبعة الأولى، (الارش : دار أسامة، ٢٠١٠) ص ٣٦

(٢) ملفين ل . ديفلر، ساندرا بول روكيش ، كمال عبد الرؤوف . نظريات وسائل الإعلام، الطبعة الأولى، (القاهرة : لدار الدولية للنشر والتوزيع ، ١٩٩٣) ص ٤١٤

(ج) نشر المعلومات، وتوزيعها بصورة جماهيرية : وهذا هو السبب المهم في جمع المعلومات، وذلك لخدمة هدف المؤسسة، وهو التأثير في الجمهور من خلال المعلومات التي تصل إليه من المؤسسة الإعلامية ^(١).
ويستخدم مؤسس النظرية مصطلح " للمعلومات " للإشارة إلى إنتاج وتوزيع كل أنواع الرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام، ويشيرون إلى أن الفروق التقليدية التي توحى بأن " الأخبار " شئ يتعلق بالمعلومات، في حين أن " التسلية " ليست كذلك، هي فروق مضللة، حيث إن هذا الأسلوب من التفكير غير صحيح لسببين:

١- أنه يتجاهل الطرق التي يستخدم بها الأشخاص محتويات التسلية لفهم أنفسهم وعالمهم، أو العوالم الكبرى التي تتجاوز خبراتهم المباشرة، وتوجيه أعمالهم وتفاعلاتهم التبادلية مع الآخرين . وقصر فكرة المعلومات على " الأخبار " فقط سوف يوحى بأن ما يتعلمه الناس من التسلية ليست له أية نتائج هامة على المعاني التي يفشونها ويتصرفون بموجبها، أو على تطبيعهم للمجتمع .

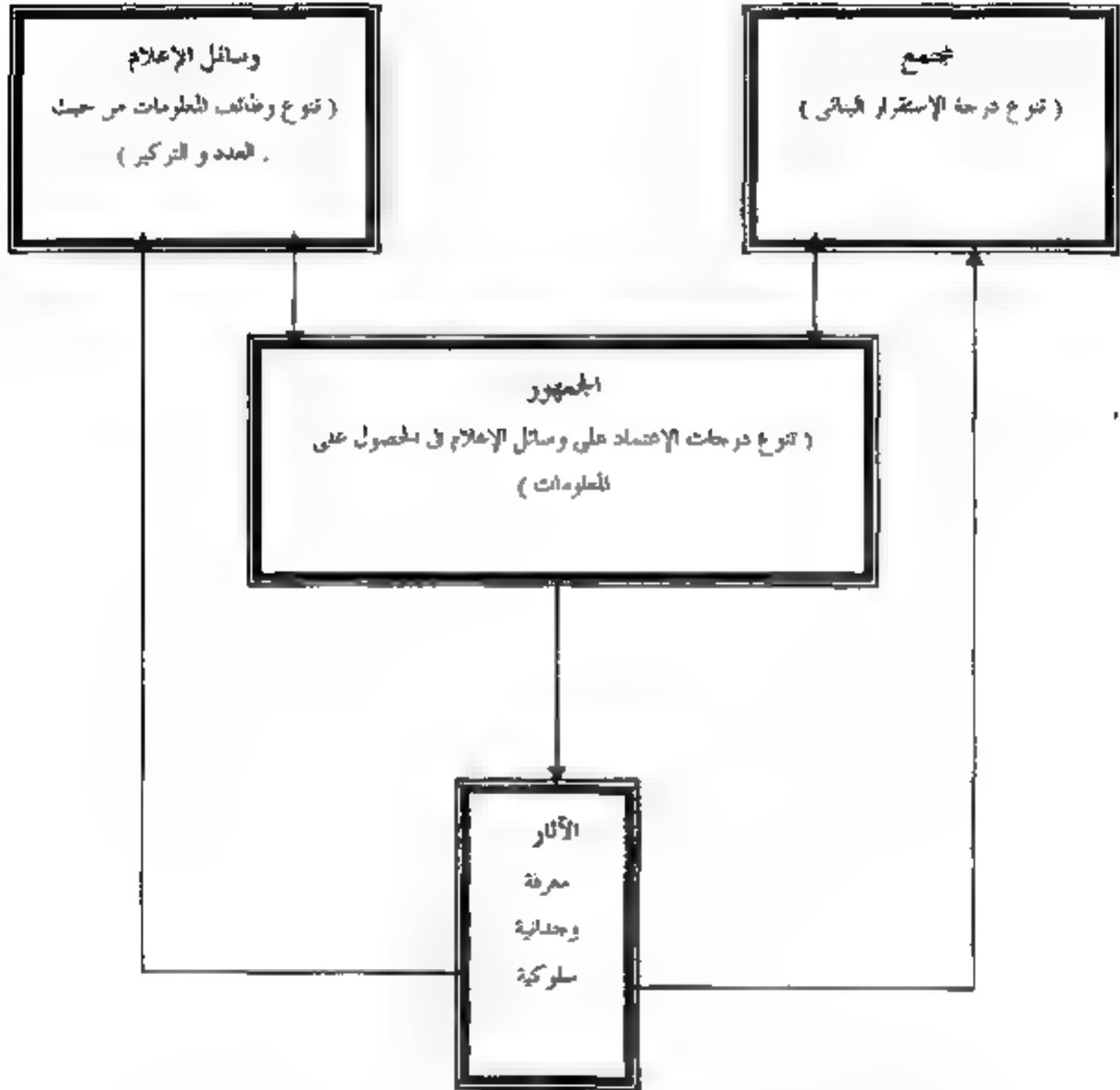
٢- عندما نستبعد التسلية عن دنيا المعلومات، فإننا نقلل دور اللعب في الحياة الشخصية والاجتماعية، رغم الحكمة النفسية والإنسانية المناقضة لذلك، فإن اللعب بصفة عامة، يعامل بشكل خاطئ وكأنه بعد غير هام من الدوافع الإنسانية . ومع ذلك، فإن التسلية تصبح أمراً جاداً في كثير من الجوانب الهامة، فهي على سبيل المثال شئ جاد في تنمية الطفل (مثلاً : إكتساب اللغة، وتكوين الهوية) وفي شكل الطقوس، والمسابقات، والاحتفالات التي تسهم في التضامن الاجتماعي . ولهذه الأسباب، فإنه يفضل المفهوم الأوسع للمعلومات، الذي يعتبر أن كل الرسائل لها إمكانية التأثير على الكيفية التي يفكر ويشعر ويتصرف بها الناس . ^(٢)

(١) ساء الجبور . الإعلام والرأي العام " للعربي والعالمي "، الطبعة الأولى، (عمان : دار

أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠) ص ١٤٧

(٢) ملعين ل . ديفلر، ساندرا بول روكيتش . مرجع سابق، ص ٤١٥

ويقترح " ديفلير " و " ساندرا بول روكيتش " النموذج التالي للتعبير عن الاعتماد المتبادل بين كل من وسائل الإعلام، والنظم الاجتماعية الأخرى، والجمهور



العلاقات التبادلية بين المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور

رابعاً : الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام و النظام الاجتماعي :

وعند الحديث عن تأثير وسائل الإعلام لابد من وضع ثلاث علاقات في الاعتبار :

أولاً : النظام الاجتماعي .

ثانياً : دور وسائل الإعلام في هذا النظام .

ثالثاً : علاقة الجمهور بوسائل الإعلام .

فإستخدام وسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي السائد، وطريقة التعامل مع تلك الوسائل تتأثر بما يتم تعلمه من المجتمع في الماضي، وبما يحدث في

اللحظة التي تستقبل فيها الرسالة . (١)

رابعاً : الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي :

تكمن قوة وسائل الإعلام في سيطرتها على مصادر معلومات يعتمد عليها الأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية لتحقيق أهدافهم . وعلاقة الاعتماد هذه ليست ذات إتجاه واحد، وإنما تعتمد وسائل الإعلام أيضاً على المصادر التي يسيطر عليها الآخرون .

فالحكومات الحديثة التي ترغب في الاتصال بمواطنيها، والمؤسسات التي ترغب في الاتصال بعملائها المحتملين، لا يستطيعون الاعتماد على الاتصال الشخصي بشكل وحيد أو أساسي، لكي يصل إلى ملايين الأفراد، وآلاف الجماعات والمنظمات التي يرغبون في الوصول إليها، وهكذا فإن النظم السياسية والاقتصادية والنظم الأخرى في المجتمعات الحديثة تعتمد على وسائل الإعلام لعمل الربط أو الاتصال بالجمهور المستهدف، وفي نفس الوقت تتحكم وسائل الإعلام في المعلومات وموارد الاتصال التي تحتاحها المنظمات السياسية والاقتصادية لكي تؤدي وظائفها بكفاءة في المجتمعات الحديثة المعقدة .

(١) - سامي محسن خناتنة، أحمد عبد اللطيف أبو سعد . علم النفس الإعلامي، الطبعة الأولى

(الأردن : دار للمعرفة، ٢٠١٠) ص ٩٢

ومن ناحية أخرى فإن وسائل الإعلام ليست قوية تعاملاً، فهي أيضاً تعتمد على موارد تتحكم فيها للنظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية الأخرى لكي تمارس عملها بكفاءة أيضاً . ويمكن وصف ذلك بمفهوم " الاعتماد المتبادل "، فوسائل الإعلام والمنظمات الأخرى في المجتمع لا تستطيع العمل بكفاءة بدون الاعتماد على بعضها بعضاً .

خامساً : علاقة وسائل الإعلام بالنظام الاقتصادي :

- (١) ترويج وتدعيم القيم الخاصة بالمشروعات الحرة الرأسمالية .
- (٢) تأسيس وصيانة العلاقة بين المنتج أو البائع والمستهلك أو المشتري، لإبلاغ المستهلك عن المنتجات المتاحة، وتحفيزه على الشراء أو استخدام الخدمة .
- (٣) التحكم وكسب الصراعات الداخلية مثل التي تحدث بين الإدارة والإتحادات، أو للصراع مع المنظمات الخارجية، أو أي موقف يكون تهديداً للمؤسسات الاقتصادية .

وتعتمد وسائل الإعلام على النظام الاقتصادي لتحقيق الأهداف التالية :

- ١- الربح من عائد الإعلانات .
 - ٢- التطوير التكنولوجي لتقليل النفقات والتنافس بفعالية من خلال إمتلاك منتجات أكثر تقدماً .
 - ٣- التوسع في المشروعات الإعلامية للوصول إلى جماهير أكبر وتحقيق عائد أعلى، ويتطلب ذلك الحصول على خدمات البنوك والتمويل، والتعامل مع التجارة الخارجية .
- وهكذا نلاحظ الاعتماد المتبادل بين النظام الاقتصادي ووسائل الإعلام، حيث يعتمد كل منهما على موارد الآخر لتحقيق أهدافه في الحياة والتنافس والرخاء.^(١)

سادساً : علاقة وسائل الإعلام بالنظام السياسي :

نستطيع النظم السياسية أن تؤثر في الإعلام من خلال عدة آليات يمكن إحتصارها في النقاط الآتية : التشريعات والقوانين المنظمة للعمل الإعلامي،

١- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد- مرجع سابق، ص ٣١٧

آليات المتابعة على أداء وسائل الإعلام، إصدار تراخيص الصحف الجديدة، قواعد النشر في موضوعات وقضايا معينة، حجب المعلومات عن وسائل الإعلام في أوقات معينة، الدعم المالي المقدم لوسائل الإعلام، إختيار القيادات الإعلامية، تقدير الإعلاميين على المستوى المعنوي والأدبي، توفير تكنولوجيا الاتصال اللازمة لدعم العمل الإعلامي، توفير البنية الفنية اللازمة لدعم العمل الإعلامي، مشاركة كبار الإعلاميين والكتاب في مؤتمر صنع القرار، فرص الإحتكاك بالخبرات الأجنبية في مجال الإعلام، مناخ الحرية الذي تتمتع به وسائل الإعلام في معالجة قضايا المجتمع .

كما يؤثر الإعلام في النظم السياسية من خلال عدد من الآليات يمكن إختصار أهمها في النقاط الآتية :

- التنشئة السياسية للمواطنين من خلال تعريف الجمهور بحقوقه وواجباته السياسية كما كفلها الدستور والقانون من خلال المضامين الإعلامية المختلفة .

- التعبئة السياسية للمواطنين ولاسيما في الظروف التي تستدعي مساندة التوجهات السياسية الرسمية في إدارة الأزمات المحلية والإقليمية والدولية المختلفة .

- تعد وسائل الإعلام بمثابة قنوات اتصالية فعالة ذات إتجاهين (هابط - صاعد) بين النخبة الحاكمة والرأى العام، حيث تعكس تصورات نخبة الحكم لمجريات الحياة على المستوى المحلى والإقليمى والدولى للرأى العام، كما تعكس في الوقت ذاته إتجاهات الرأى العام بشأن معالجة النظم السياسى للقضايا المختلفة .

- تسهم وسائل الإعلام في ترتيب أولويات أجندة قضايا العمل الوطنى من خلال إدراكها لإحتياجات ورغبات المواطنين، وكذلك إدراكها لتوجهات النظام السياسى خلال مراحل زمنية مختلفة .

- إمداد المواطنين بالمعلومات والمعارف حول المستجدات على الساحة السياسية المحلية والإقليمية، والتعبير عن وجهة نظر النظام السياسى تجاه هذه الأحداث والتطورات، والتعليق عليها، وإبداء الرأى بشأنها .

- تعزيز مبادئ الديمقراطية من خلال إتاحة الفرصة للنخبة الفكرية والثقافية لإبداء رأيها بشأن الأحداث الجارية، ومتابعة الأداء الحكومي، وإبداء ملاحظات حول بعض الممارسات السياسية، وتصحيح المسار الديمقراطي، وتقديم بدائل حلول للموضوعات السياسية والاقتصادية المختلفة، والدفاع عن حرية الرأي والتعبير، والتعبير عن الفئات المهمشة، والدفاع عن حقوق الإنسان المختلفة، والإستمرار في تقييم أداء السلطات للثلاث الأساسية بالدولة . إضافة إلى إعطاء الأحزاب الفرصة الأساسية للتعبير عن نفسها من خلال الصحف الحزبية .^(١)

ومن جانب آخر تعتمد الكثير من النظم الاجتماعية الأخرى في المجتمع مثل العائلة / المؤسسات الدينية / التعليمية / العسكرية .. وغيرها على وسائل الإعلام وما تقدمه من معلومات أكثر من غيرها من الوسائل أو الطرق الأخرى . بنفس المستوى الذي تعتمد عليه وسائل الإعلام على هذه المؤسسات أو النظم في كثير من مجالات عملها وبصفة خاصة المعرفة المتخصصة التي تقوم بنشرها أو إذاعتها .

وفي نفس الوقت فإن هذه العلاقات المتبادلة تقصر أسباب وكيفية إستخدام الأفراد لوسائل الإعلام وتأثرهم بها . وإن تبعية الأفراد لوسائل الإعلام وإعتمادهم عليها يمكن تحديدها في جانبها الأكبر من خلال علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى .

فالفرد يعتمد على وسائل الإعلام كمصدر لتحقيق أهدافه كمواطن من حقه أن يعلم، ويتخذ قراره السياسي بالتصويت، أن يتعلم المستجدات في المجالات المختلفة، أن يرفه عن نفسه، أن يتفاعل مع المشكلات الاقتصادية ويتخذ قراراته الإستهلاكية ... وغيرها من الأهداف .

وبطريقة أخرى نجد أن علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى هي التي تحدد الأدوار الاجتماعية لوسائل الإعلام، فالأفراد لا يستطيعون أن يسيطروا على نشر الأنواع المختلفة من الرسائل

(١) - عادل عبد الغفار . الإعلام والمشاركة السياسية للمرأة، للطبعة الأولى (القاهرة

الدار المصرية اللبنانية، يناير ٢٠٠٩) ص ١١٨

الإعلامية لأنه يجب أن يؤخذ في الاعتبار علاقة وسائل الإعلام كنظام قائم مع النظم الأخرى. وهذا يحدد من جانب آخر ما ينتشر وما لا ينتشر. وهذا ما يفسر القول بأن علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى تشكل طبيعة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام.^(١)

سابعاً : الاعتماد المتبادل بين الأفراد ونظم وسائل الإعلام :
وتتمثل الأهداف التي يسعى الأفراد لتحقيقها من خلال اعتمادهم على وسائل الإعلام في الآتي :

١- الفهم : مثل : معرفة الذات من خلال التعليم والحصول على الخبرات، والفهم الاجتماعي الذي يساعد على معرفة أشياء عن العالم أو البيئة المحيطة وتفسيرها .

٢- التوجيه : ويشتمل على توجيه العمل والسلوك في إطار توقعات وأخلاقيات المجتمع، وأيضاً توجيه تفاعلي تبادلي للحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة .

٣- التسلية : وتشتمل على التسلية مثل : الإسترخاء والجلوس في عزلة والتسلية الاجتماعية مثل الصحبة الاجتماعية كوسيلة للهروب من مشكلات الحياة اليومية.^(٢)

ورغم الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في مساعدة الأفراد لتحقيق أهدافهم إلا أنها لا تعد الوسيلة الوحيدة في سبيل تحقيق تلك الأهداف فهناك المؤسسات التربوية والاجتماعية والدينية المختلفة، وهناك أيضاً جماعة الرفاق، وكلها وسائل مساعدة إلى جانب وسائل الإعلام المختلفة تساهم في تحقيق الفرد لأهدافه.^(٣)

(١) - محمد عبد الحميد . نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الطبعة الثانية، (القاهرة : عالم الكتب، ٢٠٠٤) ص ٢٠٤

(٢) محمد منير حجاب . نظريات الإتصال، الطبعة الأولى، (القاهرة : دار العجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٠) ص ٣٠١

(٣) - مبال عبده محمد منصور . " دور الخطاب الديني المقدم بالتقنيات الفصائية الدينية المتخصصة في تثقيف المراهقين دينياً "، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠٠٧) ص ٨٦

ولكن تكمن قوة وسائل الإعلام في السيطرة على مصادر معلومات معينة تلزم الأفراد لبلوغ أهدافهم الشخصية، وذلك علاوة على أنه كلما زاد المجتمع تعقيداً، زاد إتساع مجال الأهداف الشخصية التي تتطلب الوصول إلى مصادر معلومات ووسائل الإعلام .^(١)

إن بطريقة الاعتماد الفردي على وسائل الإعلام تتصور عملية نفسية إدراكية تزيد من احتمالات أن يتأثر المرء بمحتويات معينة في وسائل الإعلام . ويقدم " ديفلير " و " روكيتش " هذه العملية من خلال الآتي :

الخطوة الأولى:

تشير هذه الخطوة إلى أن الجمهور النشط الذي يستخدم وسائل الإعلام سيقوم باختيار مضمون معين في وسيلة معينة وفقاً لإعتماد موجود من قبل ويتوقع أن التعرض سوف يساعده على تحقيق هدف أو أكثر من الفهم أو التوجيه أو التسلية، وتعتمد التوقعات على :

- تجارب وخبرات سابقة .

- تحدث مع أصدقاء أو زملاء في العمل .

- إشارات يحصل عليها من مصادر الإعلام .

أما الأفراد الذين لا يقومون بعملية الإنتقاء، فأمامهم بديلان إما أن تستثار دوافعهم ليتم التعرض أو أن يخرجوا نهائياً من هذه العملية.^(٢)

الخطوة الثانية:

تصبح جوانب أخرى من عملية الاعتماد ذات أهمية، فليس كل الأشخاص الذين يتعرضون لوسائل الإعلام ، سوف يفعلون ذلك بنفس القدر من الاعتماد، كما أنه ليس كل الأشخاص تتحرك بواعث إهتمامهم في خلال فترة تعرض عارضة، وتتوقف شدة إعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال فروق في:

(١) - حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد . مرجع سابق، ص ٢٢١

(٢) رعدة محمد عيسى . " معالجة الإذاعة والتلفزيون لقضايا العمل في المجتمع المصري ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور نحوها "، رسالة دكتوراة غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون ، ٢٠٠٩)

الأهداف الشخصية، الوضع للشخصى والاجتماعى، التوقعات فيما يتعلق بالفائدة المحتملة من محتوى الوسيلة الإعلامية، سهولة الوصول إلى المحتويات .^(١) والمتغيرات في أهداف الأفراد كثيراً ما تعكس متغيرات في بيئاتهم . وعندما تكون هذه البيانات حافلة بالغموض، أو التهديد مثلاً، فإن اعتماد الأفراد على نظام وسائل الإعلام يجب أن تكون قوية تماماً، إذ أن الوصول إلى مصادر معلومات وسائل الإعلام غالباً ما يكون ضرورياً لحل غموضها، وتقليل تهديدها الحقيقى أو المحتمل، فمثلاً الأشخاص الذين يكونون هم أنفسهم أو أحبائهم مصابين بمرض خطير، كثيراً ما ينشئون علاقات اعتماد قوية بوسائل الإعلام، من أجل التمكن من الوصول إلى معلومات مناسبة قد تسهم في عثورهم على أفضل خدمات طبية ومساعدة، فهم على سبيل المثال يجب أن يستجيبوا بصورة خاصة لمعلومات صحية مناسبة تقدم في البرامج وما إلى ذلك .

ولابد أن تختلف كذلك توقعات الأشخاص بشأن فائدة عرض معين، قصة أو نوع آخر من محتويات وسائل الإعلام . فالشخص الذي يختار بنشاط، من الواضح أن لديه توقعات أعلى من المراقب العارض، وسوف يختلف كذلك النشطون في الاختيار وفقاً لواقع : هل أدت تجاربهم السابقة مع وسائل الإعلام إلى توقعهم أن يحقق التعرض أهدافهم، وربما تلقى آخرون تلميحات من أصدقائهم أو من إعلانات وسائل الإعلام تؤثر في توقعاتهم . وبطبيعة الحال، فإنه كلما زاد توقع الأشخاص لتلقى معلومات مفيدة، زادت قوة اعتمادهم . وأخيراً، فإن بعض وسائل الإعلام المتاحة على نطاق واسع ليست متاحة بصورة متساوية للجميع، وتشمل هذه وسائل الإعلام الغالية الثمن، والتي تكون إمكانية الوصول إليها محدودة، مثل تلك التي لا تنقل إلا في الدائرة التلفزيونية المغلقة، أولاً تنقل على نطاق البلاد بأسرها، وعندما يكون اعتماد الأشخاص على برنامج تلفزيونى - مثلاً - منخفضاً أو منعدماً، فإننا سوف نتوقع أن نجدهم يتحدثون أو يفعلون أشياء أخرى في أثناء تشغيل التلفزيون . ومن ثم، فإنه لا يحتمل أن يكون شعورهم قوياً تجاه البرنامج (إيجابياً أو سلباً).

(١) - محمد السيد عتيوة . مرجع سابق، ص ٧٤

الخطوة الثالثة:

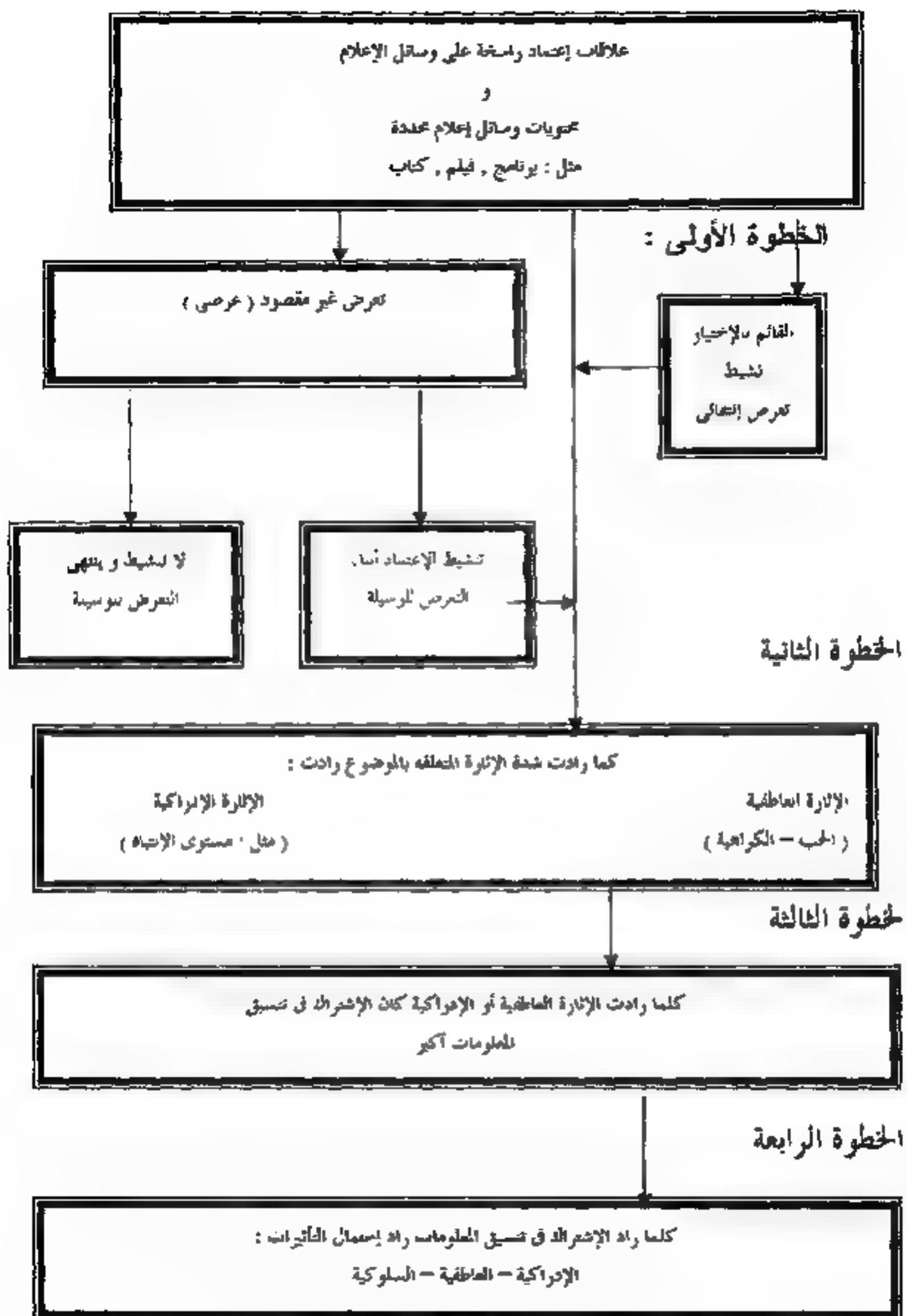
يعتبر الاشتراك مفهوماً أساسياً . فالمسياسي الذي يقول "أحبوبى أو إكرهونى، ولكن لا تتجاهلونى" إنما يتحدث عن أهمية مشاركة الجمهور . والاشتراك في المفهوم الحالى لعملية التأثيرات، يشير إلى أكثر من مجرد الإثارة . إنه يشير إلى المشاركة للنشطة في تنسيق المعلومات فالأشخاص الذين أثروا إدراكياً أو عاطفياً سوف يشتركون في نوع التنسيق الدقيق للمعلومات بعد التعرض، والمشاركة الشديدة إعتبار مهم بصفة خاصة في حملات وسائل الإعلام للصحة العامة الناجحة التي تستهدف جعل الجمهور يعير معتقداته أو سلوكه، كالإقلاع عن التدخين، أو بدء التمرينات الرياضية، أو إجراء عمليات فحوص طبية.

الخطوة الرابعة :

الأفراد الذين يشتركون بشكل مكثف في تنسيق المعلومات أكثر احتمالاً بالتأثير بتعرضهم لمحتويات وسائل الإعلام وتهتم أغلب بحوث وسائل الإعلام بالآثار الإدراكية، أو الآثار على الإدراك الحسى، والمواقف، والمعرفة، أو القيم . أما التأثيرات العاطفية، مثل مشاعر الخوف أو السعادة أو الإحساس أو الكراهية، فإنها تحظى بإهتمام أقل كثيراً . والواقع أنه من الصعب معرفة كيف يمكن فصل الأبعاد الإدراكية والعاطفية، فأغلب تغييرات للمواقف، على سبيل المثال، تحمل معها بعض التغيير في حب أو كراهية شئ أو موقف ما . والصلة بين أبعاد التأثيرات الإدراكية والسلوكية أقل وضوحاً .^(١)

والنموذج التالي يلخص إفتراضات الاعتماد على وسائل الإعلام بشأن التعرض لمحتويات معينة، وآثار التعرض على معتقدات ومشاعر وسلوك الأفراد :

(١) - ملخير ل . دبغر ، ساندرا بول روكيتش . مرجع سابق، ص ٤٢٥



ثامناً : آثار الاعتماد على وسائل الإعلام:

يشير صاحبها النظرية " ملفين دي فلور " و " ساندرا بول روكيتش " إلى الآثار المحتملة نتيجة اعتماد الفرد على وسائل الإعلام من خلال ثلاث فئات أساسية هي :

الآثار المعرفية، والآثار الوجدانية، والآثار السلوكية .

١- الآثار المعرفية :

تشتمل الآثار المعرفية وفقاً لهذه النظرية على خمس أمور هي :

أ- كشف الغموض :

فالغموض ناتج عن نقص معلومات في حدث معين يترنيب عليه عدم معرفة التفسير الصحيح للحدث من قبل الجمهور وتكشف وسائل الإعلام الغموض من خلال تقديم التفسير الواضح للحدث أو زيادة المعلومات في هذه الحادثة .

ب- تكوين الاتجاه :

تكون وسائل الإعلام الاتجاه لدى الجمهور مع عدم إغفال الدور الانتقائي للفرد في تكوين الاتجاه لديه، كما في مثل مشكلات البيئة والتربية .

ج- ترتيب الأولويات :

ولهذا الأثر نظرية مستقلة، حيث أن وسائل الإعلام تبرز قضايا، وتخفي أخرى مما يشكل أهمية لدى الجمهور من جراء تسلط الإعلام الضوء على قضية دون أخرى .

د- إتساع الاهتمامات :

وذلك أن وسائل الإعلام تعلم للجمهور أشياء ومعارف لا يدركونها من قبل، مما يشكل لهم أهمية، وذلك مثل الحرية في التعبير، وأمر المساواة^(١).

هـ - القيم :

القيم هي مجموعة المعتقدات التي يشترك فيها أفراد جماعة ما ويرغبون في ترويجها والحفاظ عليها مثل : الأمانة - الحرية - المساواة - التسامح، وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية القيم^(٢).

(١) - محمد مير حجاب . مرجع سابق، ص ٢٠٤

٢- الآثار الوجدانية:

يذكر "لفين دي فلور" و"ساندرا بول روكيتش" صاحبا النظرية أن المقصود بالآثار الوجدانية هو المشاعر مثل :

أ - الفتور العاطفي:

فكثرة التعرض لوسائل الإعلام يؤدي بالفرد إلى الشعور بالفتور العاطفي، وعدم الرغبة في مساعدة الآخرين، وهذا نتيجة للتعرض لمشاهد العنف التي تصيب الفرد بالتبلد .

ب- الخوف والقلق:

يفترض أن التعرض لمشاهد العنف تصيب الفرد المتلقي بالخوف، والقلق، والرعب من الوقوع في هذه الأعمال، أو أن يكون ضحية لها .

ج- الدعم المعنوي:

وذلك أن وسائل الإعلام عندما تقوم بأدوار اتصال رئيسية ترفع الروح المعنوية لدى الجمهور نتيجة الإحساس بالتوحد، والاندماج في المجتمع، والعكس عندما لا تعبر وسائل الإعلام عن ثقافته، وإنتمائه فيشعر بشعور الغربة .

٣- الآثار السلوكية:

يحصّر " دي فلور " و" ساندرا بول روكيتش " الآثار السلوكية المترتبة على اعتماد الفرد على وسائل الإعلام في أمرين :

أ- التنشيط :

ويعنى به قيام الفرد بنشاط ما نتيجة للتعرض لوسائل الإعلام، وهذا هو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية بالوجدانية .

ب- الخمول :

ويعنى هذا العزوف عن العمل، ولم يحظ هذا الجانب بالدراسة الكافية، ويحدث العزوف نتيجة التغطية المبالغ فيها مما يسبب الملل .^(٢)

تاسعا : أهداف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

١. الهدف الرئيسي لنظرية الاعتماد، تفسير لماذا يكون لوسائل الإعلام أحيانا آثار قوية مباشرة وأحيانا تأثيرات ضعيفة غير مباشرة .^(١)

(١) - ليلي حسين السيد، حسن عماد مكلوى . مرجع سابق، ص ٣٢٧

(٢) - محمد منير حجاب . مرجع سابق، ص ٢٠٥

٢. تستهدف النظرية إلى تحليل أنواع للمعلومات وتفسيرها، لتوضيح لماذا يعتمد عليها الأفراد دون سواها، فعلاقات الاعتماد على وسائل الإعلام عموماً، وعلى أشكال وسائل الإعلام خصوصاً تستمد جزئياً من تطوير توقعات الأفراد بأن معلومات النظام الإعلامي تستطيع مساعدتهم لتحقيق أهدافهم الخاصة . (٢)

٣. تهدف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إلى قياس التعرض لوسيلة إعلامية كممتباً لتأثيرات تلك الوسيلة، وذلك كبديل كفي يرى أن التعرض لوسيلة ما أكثر إنتراماً بالبيئة والعوامل المختلفة من الاعتماد على تلك الوسيلة . (٣)

عاشراً : فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

يمكن تلخيص الفروض الرئيسية لنظرية الاعتماد في الآتي :

١- تزداد إمكانية أن تحقق الرسائل الإعلامية نطاق واسع من التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية عندما توفر للنظم الإعلامية خدمات معلوماتية متميزة وأساسية، وتزداد إمكانية التأثير إلى درجة كبيرة عندما تكون هناك درجة عالية من عدم الاستقرار الهيكلي في المجتمع بسبب الصراع والتغير .

٢- كلما كان عدد ودرجة مركزية خدمات تقديم المعلومات التي تقدمها وسيلة إعلامية معينة كبيرة كلما كان اعتماد الجمهور على تلك الوسيلة كبير، وكلما زاد كم المعلومات التي توفرها هذه الوسيلة ومدى أهميتها كلما زاد اعتماد الجمهور عليها .

(١) - هاني إبراهيم البطل . مرجع سابق، ص ٢١

(٢) William E. Liles & Sandra J. Rokeach. Dependency, Rebellions and News paper Reader ship, *Journalism Quarterly*, vol (٧٠) No.(٣), ١٩٩٣, P. ٦٠٣

(٣) August E. Grant, K. kenddl Guthrie & Sandra J. Ball Rokeach, Media System Dependency Perspective, *communication Research*, vol . (١٨), No .(٦), ١٩٩١, P. ٧٧٥

٣- يزداد إعتداد الجمهور على مصادر وسائل الإعلام في أوقات الصراع والتغير الاجتماعي، ولذلك يفترض أنه في المجتمعات ذات الأنظمة الإعلامية النامية يزداد إعتداد الجمهور على مصادر معلومات وسائل الإعلام في أوقات زيادة عدم الإستقرار أو الصراع أي أن كثافة علاقات الاعتماد للفرد ترتبط إرتباطاً إيجابياً بإدراكات التهديد في البيئة الطبيعية والاجتماعية .

٤- يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة ما تكون القدرة على تلقي المعلومات للمحتاج إليها من خلال مصادر الاتصال الشخصي مقيدة. (١).

حادى عشر : أبعاد الاعتماد على وسائل الإعلام:

أبعاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام تتحدد من خلال ثلاث علاقات هي "الدور والاتجاه والفهم" ولكل من هذه العلاقات أبعاد إجتماعية وشخصية مما يؤدي إلى ست أنواع من أبعاد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام (٢) وهذه الأبعاد هي :

١. الفهم الاجتماعي : وهي توظيف وسائل الإعلام لفهم البيئة الاجتماعية وآلية عمل المجتمع ومؤسساته، وإستخدامها لفهم طبيعة الآخرين وثقافتهم، والأحداث المحيطة بهم، فيبقى الفرد على قمة ما يحدث في المجتمع، كما يبقى على تماس بالأحداث العالمية .
٢. الفهم الذاتى : تتضمن إستغلال مصادر النظام الإعلامى لتحقيق أهداف تخص فهم الفرد عن نفسه، والمساعدة على تفسير معتقدات وسلوكيات خاصة بالرؤية الذاتية .

(١) مرفت الطرايمنى، عبد العزيز السيد . نظريات الإتصال، الطبعة الأولى (الغاهرة : دار النهضة العربية، ٢٠٠٦) ص ١٤٢.

(٢) William E. Loles، Perceptions of Art and Media System Dependency Relations . communication Research، vol . (٢١)، No (١)، ١٩٩٤، P. ٥

٣. إتجاه الفعل : وهو ما يتعلق بإتخاذ قرارات سلوكية محددة، كأيّن يقضى للفرد خدماته، أو معرفة أين يمضى نشاط نهاية الأسبوع، أو لمن يدلى بصوته في الانتخابات .

٤. الإتجاه التفاعلي : ويشير للحصول على إرشادات وطرق للتصرف والتفاعل مع الآخرين من أصدقاء ومعارف، كما يساعد على تخطي المواقف للصعبة .

٥. الدور الاجتماعي : ويشير إلى إستخدام وسائل الإعلام لمتابعة أو تحقيق أهداف مرتبطة بالخلق الاجتماعي، فيصبح الفرد جزء من الأحداث والنشاطات الاجتماعية حتى لو لم يشارك فيها .

٦. الدور المنعزل : يشمل إستهلاك المنتجات الإعلامية لتحقيق قيمة المتعة، فإستخدام الفرد لوسائل الإعلام بطريقة فردية تساعد على الإسترخاء وتخليصه من متاعب يوم شاق .^(١)

ثاني عشر: للمتغيرات الوسيطة المؤثرة في علاقة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام :

المتغيرات الوسيطة هي كل ما يؤثر على طبيعة هذه العلاقات . ويمكن تحديد أهم هذه المتغيرات في :

أ- المستوى التعليمي :

قيس هذا المتغير في دراسات الاعتماد للدلالة على المستوى المعرفي بالدرجة الأولى، ويرى "سيملير" أن أخبار التلفزيون تبدو بوضوح مصدر المعلومات الأكثر لمن مستواهم العلمي والثقافي أقل. بينما يعتمد الصفوة الثقافية على الصحف بدرجة أو ضح . كذلك أو ضح كندى أن الاعتماد على التلفزيون يرتبط بمستويات أقل من المعرفة، ومهمة هذه الأخبار تقديم الإلتطباع بالمعرفة وليس المعرفة المتعمقة^(٢).

(١) stephan A. skumanich & David P. kintsfathere, Individual Media Dependency Relations within television shopping programning, communication Research, vol . (٢٥), No .(٢), ١٩٩٨, P. ٢٠٠.

(٢) - محمد محمد عبده بكير . مرجع سابق، ص ١٢٤

ب - المستوى الاجتماعي الاقتصادي :

يعد المستوى الاجتماعي والاقتصادي من العوامل المهمة في تحديد علاقات الاعتماد، حيث أن قطاعات الجمهور نوى المستوى الأعلى اجتماعياً وإقتصادياً لديهم مستويات أعلى من المعرفة بالشئون العامة بالمقارنة بغيرهم من قطاعات الجمهور من نوى المستوى الأقل اجتماعياً وإقتصادياً، وترداد هذه الفروق عندما تتدفق المعلومات عن قضية ما من خلال وسائل الإعلام وعندما تصبح معظم هذه المعلومات ذات فائدة للمجتمع.^(١)

ج - السن :

أكدت الدراسات أن للجمهور الناضج، والجمهور في مرحلة الكهولة المبكرة هم الأكثر اعتماداً على الصحف، بينما يعتبر بقية أعضاء الجمهور أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام المرئية والمسموعة، كذلك يؤثر العمر مثله مثل الدخل والتعليم على علاقات الاعتماد ذات الفهم الاجتماعي .

د - مستوى الإهتمام :

أو ضح " روبنسون " أن الجمهور الغافل أقل اعتماداً على وسائل الإعلام بينما يعتبر الجمهور المهتم جمهوراً شطاً يبحث عن المعلومات لوجود دافع معرفي حول قضية أو مشكلة معينة، فعلى سبيل المثال يجتمع الأفراد الذين يهتمون بالشئون المحلية بدرجة كبيرة في فئة لها نظامها الإعلامي الخاص عندما يرون أن اعتمادهم على وسيلة معينة يحقق لها إهتمامهم .

هـ : الخبرات السابقة :

إعتبر غرير أن الخبرة متغير هام، فإذا كانت الخبرة متوافقة مع صدق الأخبار فالاعتماد يزداد، والخبرة قد تكون مغنية عن الإستخدام المركز لأن المرء يبحث عن المعلومات التي تأخذ من خارج نطاق حياته أو أحداث محيطة.

(١) - إيمان السيد جمعة رمضان - " دور القنوات الفضائية الإخبارية في إمداد المراهقين بالمعلومات عن الأحداث الحارية "، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٧)

و- الثقة:

تلعب الثقة بالمعلومات بكفاءة دوراً هاماً في زيادة مستوى الاعتماد على الوسيلة، خاصة حينما تكون الثقة بالمحتوى الإخباري لهذه الوسيلة لا تتناقص مع إتجاهات ومعلومات الفرد .

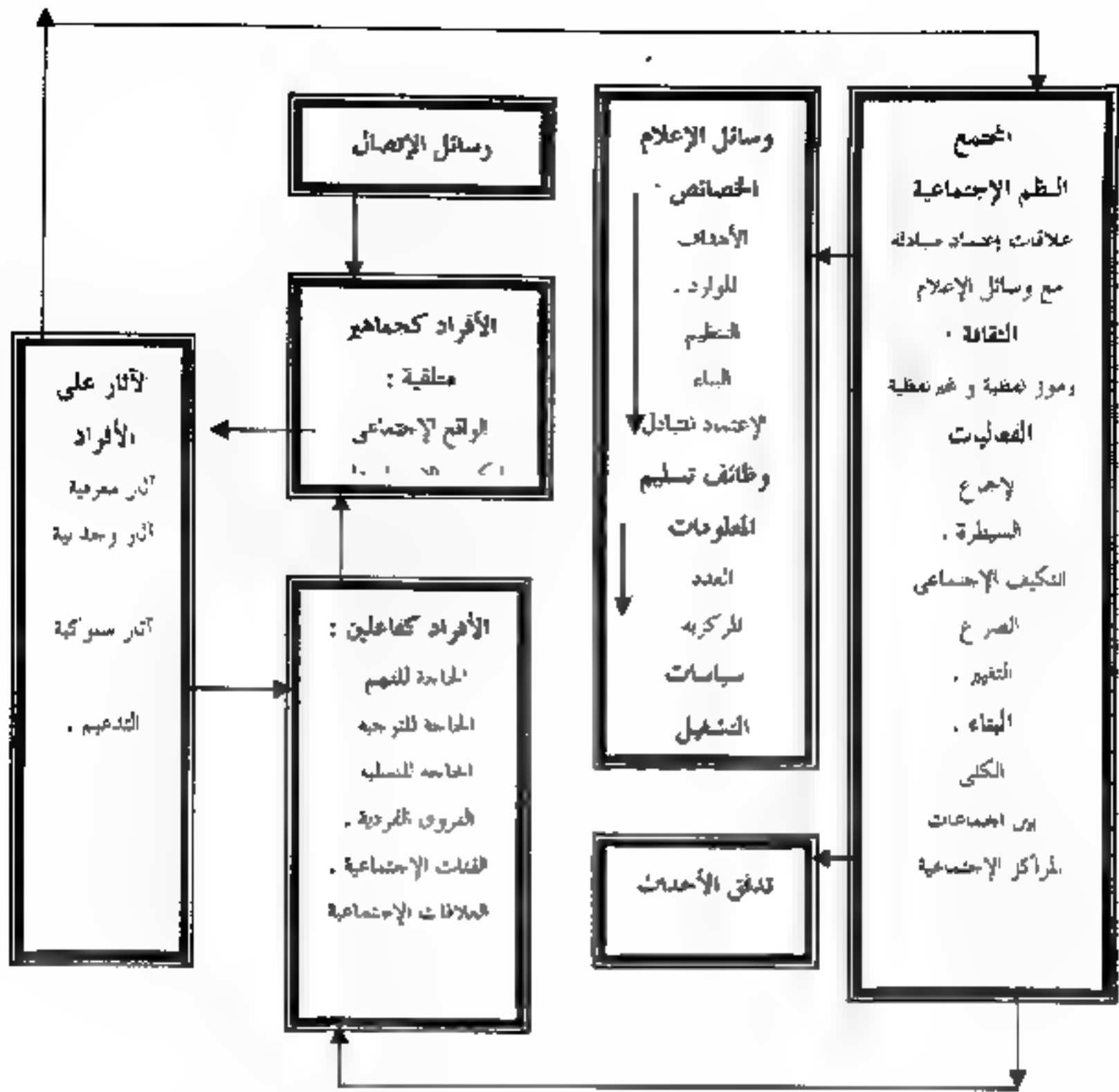
ز- مستوى توقع الاستفادة من جراء الاعتماد على وسيلة محددة :

من العوامل المؤثرة على مستوى اعتماد الأفراد على وسيلة محددة مدى توقع الاستفادة من معلومات هذه الوسيلة، فكلما زاد التوقع الذاتي زاد مستوى الاعتماد الفردي . (١)

ثالث عشر : النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كما تصوره واضعا النظرية " ملفين ديفلير " و " ساندرا بول روكيتش "

(١) - محمد محمد عبده بكير . مرجع سابق، ص ١٢٤



يشير النموذج المتكامل الذي وضعه مؤسسا للنظرية ملفين دي فلور وساندرا بول إلى آثار وسائل الإعلام على الأفراد نتيجة الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام، والنظم الاجتماعية الأخرى، والجمهور، ويشتمل النموذج على قائمة معقدة من العوامل والمتغيرات التي تؤدي إلى الآثار المحتملة لوسائل الإعلام، ويمكن تلخيص العلاقات التي يرمز لها للنموذج على النحو التالي :

١. ينشأ تدفق الأحداث من المجتمع الذي يضم مجموعة من النظم الاجتماعية التي يحكمها الوظيفة البنائية، وتحدث علاقات اعتماد متبادلة بين هذه النظم الاجتماعية ووسائل الإعلام . ويتميز كل مجتمع بثقافة خاصة تعبر عن القيم والتقاليد والعادات وأنماط السلوك التي يتم نقلها عبر رموز لفظية وغير

لفظية . تحدث العمليات الدينامية لنشر الثقافة، وتشتمل هذه الفعاليات على قوى تدعو إلى ثبات المجتمع والحفاظ على استقراره من خلال الإجماع، والسيطرة، والتكيف الاجتماعي .

وتوحد أيضاً في المجتمع قوى أخرى تدعو للصراع والتغيير . وتتم هذه العمليات على مستوى البناء الكلي للمجتمع، أو بين الجماعات، أو المراكز الاجتماعية المرتبة بشكل تصاعدي .. ويتضمن هذا البناء عناصر رسمية وغير رسمية .

٢. تؤثر عناصر الثقافة والبناء الاجتماعي للمجتمع على وسائل الإعلام إيجاباً وسلباً، وهي التي تحدد خصائص وسائل الإعلام التي تتضمن : الأهداف، والموارد، والتنظيم، والبناء، والعلاقات المتبادلة . وتتحكم هذه الخصائص في وظائف تسليم المعلومات التي يتحكم فيها عدد الوسائل الإعلامية المتاحة، ودرجة مركزيتها، ويؤثر ذلك بالتالي على الأنشطة التي تمارسها وسائل الإعلام أو ما يطلق عليها سياسات التشغيل .

٣. كذلك تؤثر عناصر الثقافة وبناء المجتمع على الأفراد، ويساهم ذلك في تشكيل الفروق الفردية ، والفئات الاجتماعية، والعلاقات الاجتماعية . ويعمل النظام الاجتماعي أيضاً على خلق حاجات للأفراد مثل : الحاجة إلى الفهم والتوجيه والتسلية .

٤. ويحدد الاعتماد المتبادل بين النظم الاجتماعية ونظم وسائل الإعلام كيفية تطوير الناس إعتادهم على وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم النفسية والاجتماعية، مما يخلق التنوع في تأثيرات وسائل الإعلام على الأفراد .

٥. تقوم وسائل الإعلام بتغطية الأحداث التي تقع داخل النظم الاجتماعية المختلفة، ومن الأشخاص داخل هذه النظم، وتتلقى وسائل الإعلام التركيز على بعض القضايا والموضوعات التي تشكل رسائل وسائل الإعلام المتاحة للجمهور .

٦. العنصر الرئيسي في هذا الإطار المتكامل هو الأفراد كأعضاء في الجمهور المتلقى لوسائل الإعلام، هؤلاء الأفراد لديهم بناء متكامل للواقع الاجتماعي تم تشكيله عبر التنشئة الاجتماعية والتعليم والانتماء إلى جماعات

ديموغرافية، وعوامل للتكيف الاجتماعي، والخبرة المباشرة، ويستخدم هؤلاء الأفراد وسائل الإعلام لإستكمال بناء للواقع الاجتماعي الذي لا يدركونه بالخبرة المباشرة، وتتحكم علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى في تشكيل رسائل المعلومات للجماهير .

٧. حين يكون الواقع الاجتماعي محدداً ومفهوماً للأفراد، ويلبى حاجاتهم وتطلعاتهم قبل وأثناء إستقبال الرسائل الإعلامية، لن يكون لرسائل الإعلام تأثير يذكر سوى تدعيم المعتقدات والقيم وأنماط للمعلوم الموجودة بالفعل .

وعلى النقيض، حين لا يكون لدى الأفراد واقع اجتماعي حقيقي يسمح بالفهم والتوجيه والسلوك، فإنهم يعتمدون على وسائل الإعلام بقدر أكبر لفهم الواقع الاجتماعي، وبالتالي يكون لهذه الوسائل تأثير أكبر على المعرفة والاتجاهات والسلوك . لذلك يجب الأخذ في الإعتبار درجة إعتداد الأفراد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات كوسيلة للتنبؤ بآثار هذه الوسائل على الأفراد .

سائماً : تتدفق المعلومات من وسائل الإعلام لكي تؤثر في الأفراد، وفي بعض الحالات تتدفق المعلومات أيضاً من الأفراد لكي تؤثر في وسائل الإعلام، وفي المجتمع ككل، ويتخذ ذلك بعض الأشكال .. مثل : الإعتراض الجماهيري الذي يزيد من مستوى الصراع في المجتمع، أو يؤدي إلى تكوين جماعات اجتماعية جديدة . مثل هذه الأحداث قد تؤدي إلى تغييرات في طبيعة العلاقات بين النظم الاجتماعية، ونظم وسائل الإعلام، مثل : تمرير قوانين جديدة يتم تصميمها لتغيير سياسات تشغيل وسائل الإعلام .^(١)

رابع عشر : تكامل النظرية:

يذكر " محمود إسماعيل " أن نظرية الاعتماد تعد نظرية شاملة، حيث تقدم نظرية كلية للعلاقات بين الاتصال والرأى العام، وتتجنب الأسئلة اليسيرة ذات العلاقة بتأثير وسائل الإعلام في المجتمع، كما يذكر أن أهم إضافة للنظرية هي أن المجتمع يؤثر في وسائل الإعلام، وهذا يعكس الميل العلمي السائد في العلوم

(١) حسر عماد مكاوي، ليلى حسين السيد . مرجع سابق، ص ٢٢١

الاجتماعية الحديثة، وهو الميل إلى الحياة على أنها منظومة مركبة من العناصر المتفاعلة، وليست نماذج منفصلة من الأسباب والنتائج^(١). وتذكر " أماني السيد " أن " يلاك " و " برينت " صنفوا هذه النظرية من النظريات المتكاملة للأسباب الآتية :

١. تضمنها لعناصر من علم الاجتماع، ومفاهيم من علم النفس .
٢. تفسيرها للعلاقات السببية بين الأنظمة المختلفة في المجتمع، مما يؤدي إلى تكامل هذه الأنظمة بعضها مع بعض .
٣. جمعها للعناصر الرئيسية لنظرية الإستخدامات والإشباع من جهة، ونظريات التأثير التقليدية من جهة أخرى، على الرغم من أن إهتمام هذه النظرية لا يتركز على معرفة التأثير بحد ذاته، وإنما في تفسير تراجع التأثير بين القوة والضعف من جانب، والمباشر وغير المباشر من جانب آخر .
٤. تقديمها لنظرة فلسفية تجمع بين الإهتمام بمضمون الرسائل والتأثير الذي يصيب الجمهور نتيجة التعرض لهذا المضمون^(٢).

خامس عشر : معوزات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

يتمتع مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام بالعديد من المزايا منها :

١. أن النظرية تضع في إعتبارها أنه عندما تؤثر وسائل الإعلام على الجمهور. يؤثر هذا التأثير بدوره على النظام الاجتماعي أولاً، والنظام الإعلامي ثانياً .

٢. تقديم مدى واسع من التأثيرات المحتملة وتجنب التأثيرات المحدودة بوسائل الإعلام على الجمهور أو للمجتمع وقد كان هذا سبباً في تسميتها في بعض الأحيان بالنموذج العارض حيث أن تأثيراتها تعتمد على مجموعة من المتغيرات للقليلة أحياناً والكثيرة أحياناً أخرى، والتي

(١) - محمود حس إسماعيل . مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير، الطبعة الأولى (القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣) ص ٢٧٨

(٢) - محمد مبر حجاب . مرجع سابق ، ص ٢٩٥

تسبب حدوث ظاهرة ما في وقت ما وقد يختفى التأثير لإختفاء هذه المتغيرات .

٣. أكدت النظرية على وجود تأثيرات واسعة لوسائل الإعلام على الجمهور الذي يعتمد عليها في تحقيق أهدافه ومن أهمها التأثيرات المعرفية والتأثيرات الوجدانية والتأثيرات السلوكية .

٤. إن هذه النظرية تعتبر من أفضل نظريات التأثير وأشملها في التعامل مع النظام الاجتماعي، فقد أكدت على ضرورة الإهتمام بالظروف التاريخية والبناء الاجتماعي أكثر من الإهتمام بالمتغيرات الفورية .

٥. أن هذا النموذج يؤكد على علاقة وسائل الإعلام بالجمهور وأن هناك علاقة تأثير متبادل بينهما .

٦. أن تعدد الدراسات التي استخدمت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام قد استطاعت أن توضح الفروق الدقيقة بين المتغيرات المتشابهة مثل الاعتماد، الاستخدام، التعرض، وأن تضع مقاييس لتلك المتغيرات ولأنواع التأثيرات .^(١)

سادس عشر : الإنتقادات الموجهة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

وهكذا تبدو نظريات الاعتماد المتبادل أكثر ملاءمة لفهم وتفسير العملية الإعلامية، بطرحها " الشامل " لعناصر المجتمع . غير أن عناصر القوة هذه لم تحل دون طرح بعض الرؤى الإنتقادية من ذلك :

١. ارتكازها على خبرات مجتمع ذات خصوصية، قد يفقدها القدرة على التعميم على مجتمعات أخرى في البيئات الدولية .

٢. اعتبار " الجمهور " أهم العناصر .. مسألة نسبية تتفاوت من بيئة إلى بيئة ومن قضية لقضية .. فالأنظمة الأيديولوجية تضع الاعتبار الفكري قبل الجمهور .

(١) - مال عبده محمد منصور . مرجع سابق، ص ٩٥

٣. كما أن " الجمهور " قد يكون أهم العناصر في قضية مثل الترفيه .. بيد أن ذلك ليس مطلقاً في القضايا الدينية أو السياسات العسكرية والخارجية .. حيث تتقدم معايير أخرى قد يكون الجمهور آخرها .

٤. لم تبرز في النظرية الأبعاد الإدراكية والخبرات الذاتية للأفراد أو ما يسمى علمياً " الإطار الدلالي " للفرد .. ولعل هذا يرجع إلى أن النظرية ركزت على العملية الاجتماعية وتفاعل النظم المختلفة أكثر من التركيز على المدركات الفردية .^١

٥. أن ما يفرضه النموذج من اعتماد الفرد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته، يزيد من أهمية وسائل الإعلام في حياة الفرد والمجتمع، وهذا ما جعل بعض المنظرين يبالغون في أهمية وسائل الإعلام في حياة الفرد والمجتمع، لكن هذه المبالغة غير منطقية، فرغم أن هذه الوسائل تحقق أهداف الفهم والتوجيه والتسلية للفرد، إلا أن وسائل الإعلام ليست السبب الوحيد لبلوغ تلك الأهداف، فالأفراد يتصلون بالأصدقاء، والأقارب، والأسرة، وكذلك بنظم سياسية وتربوية تساعدهم على بلوغ أهدافهم، وخاصة حينما يزداد إتساع مجال الأهداف الشخصية التي تتطلب اللجوء إلى معلومات ووسائل الإعلام، كلما زاد المجتمع تعقيداً وغموضاً .

٦. ترى ساندرا بول روكيتش، وديفيد أن هناك تأثيراً للحالة الاعتمادية ليس من السهل إكتشافها أو قياسها في التجارب للمعملية، أو الدراسات القبلية والبعدية، وخصوصاً تلك التي لا تراعى للتعرض لوسائل معينة على المدى البعيد .

٧. النظرية لم تدرس بعد وبشكل مباشر ما إذا كان هناك مستوى مثالي للإعتماد على وسائل الإعلام، فهناك أمثلة تحتاج إلى إجابات مثل : هل

(١) رصا عكاشة . تأثيرات وسائل الإعلام (من الإتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية

المتعددة)، الطبعة الأولى (للقاهرة : المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، أبريل ٢٠٠٦)

الإتجاه الحالى نحو زيادة أو نقص الاعتمادية ؟ وهل تزيد وسائل
الإعلام الجديدة مستوى الاعتماد أو تقوى الإستقلال ؟^(١)

(١) - منال عبده محمد منصور . مرجع سابق ، ص ٩٤

الفصل الرابع

نتائج الدراسة التحليلية والميدانية وتفسيرها

أولاً : نتائج الدراسة التحليلية وتفسيرها .

ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها .

ثالثاً : اختبار صحة الفروض

*** **

أولاً : نتائج الدراسة التحليلية وتفسيرها :

- تم إجراء دراسة تحليلية على عينة من البرامج الحوارية بقنوات " الفضائية المصرية، دريم ٢، المحور"، وتمثلت العينة في :
 - برنامج مصر النهاردة (البيت بيتك سابقاً) الذي يعرض يومياً ما عدا الجمعة بالقناة للفضائية المصرية .
 - برنامج " العاشرة مساءً " الذي يعرض يومياً ما عدا الخميس والجمعة بقناة دريم ٢ الفضائية .
 - برنامج " ٩٠ دقيقة " الذي يعرض يومياً ما عدا الخميس والجمعة بقناة المحور الفضائية .
- وذلك لمدة ثلاثة شهور تبدأ من (٢٠١٠/١/٣) وحتى (٢٠١٠/٣/٣٠) كالتالي :

البيت بيتك :

يوضح الجدول التالي حلقات التحليل في برنامج (البيت بيتك)

الأيام	حلقات التحليل
السبت	٢/٦
الأحد	١/٣ ٢/١٤
الاثنين	١/١١ ٢/٢٢
الثلاثاء	١/١٩ ٣/٢
الأربعاء	١/٢٧

ثم أصبح مصر النهاردة :

يوضح الجدول التالي حلقات التحليل في برنامج (مصر النهاردة)

حلقات التحليل	الأيام
٣/٢٠	السبت
٣/٢٨	الأحد
٣/٢٩	الاثنين

العاشرة مساءً :

يوضح الجدول التالي حلقات التحليل في برنامج (العاشرة مساءً)

حلقات التحليل	الأيام
٣/١٣ ١/٣٠	السبت
٣/٢١ ٢/٧	الأحد
٣/٢٩ ٢/١٥ ١/٤	الاثنين
٢/٢٣ ١/١٢	الثلاثاء
٣/٣ ١/٢٠	الأربعاء

٩٠ دقيقة :

يوضح الجدول التالي حلقات التحليل في برنامج (٩٠ دقيقة)

الأيام	حلقات التحليل	
السبت	١/٢٣	٣/٦
الأحد	١/٣١	٣/١٤
الاثنين	٢/٨	٣/٢٢
الثلاثاء	١/٥	٢/١٦
الأربعاء	١/١٣	٢/٢٤

- ووفقا للجدول السابقة يتبين أنه تم تحليل ٢٣ حلقة موزعة كالتالي :
- ١١ حلقة من برنامج مصر النهاردة (البيت بيتك سابقاً) بعدد فقرات ٢٥ فقرة بإجمالي عدد ساعات ٢٧ ساعة.
- ١١ حلقة من برنامج العاشرة مساءً بعدد فقرات ٢٣ فقرة بإجمالي عدد ساعات ٢٤ ساعة .
- ١١ حلقة من برنامج ٩٠ دقيقة بعدد فقرات ٢٧ فقرة بإجمالي عدد ساعات ٢٧ ساعة .
- وفيما يلي عرض نتائج الدراسة التحليلية :
- أولاً : فئات الشكل (كيف قيل ؟)
- ١- القوالب الفنية التي قدمت من خلالها الفقرة :
- جاء التقرير في المركز الأول في برنامج (مصر النهاردة) كقالب فني قدم من خلاله الفقرة بنسبة (٥٢%) يليه الحوار الداخلي في المركز الثاني بنسبة (٦٠%)، ثم الحديث المباشر في المركز الثالث بنسبة (٤٤%) .
- جاء التقرير في المركز الأول في برنامج (العاشرة مساءً) بنسبة (٤٨%)، يليه الحديث المباشر في المركز الثاني بنسبة (٤٨%)، والحوار الداخلي

في المركز الثالث بنسبة (٤٣%)، ثم للحوار التليفوني في المركز الرابع بنسبة (٢٢%)، والحوار الخارجي في المركز الخامس بنسبة (١٣%) .
- جاء الحوار التليفوني في المركز الأول في برنامج (٩٠ دقيقة) بنسبة ()، يليه التقرير في المركز الثاني بنسبة ()، ثم الحوار الداخلي في المركز الثالث بنسبة (٦٣%)، والحديث المباشر في المركز الرابع بنسبة (٤١%).

٢- عدد الضيوف المشاركين في الفقرة :

- جاء عدد الضيوف المشاركين في الفقرة في برنامج (مصر النهاردة) بنسبة (٣٨,٥ %)، وفي برنامج (العاشرة مساءً) بنسبة (٦٥,١ %)، وفي برنامج (٩٠ دقيقة) بنسبة (٨٨,٩ %) وقد يرجع ذلك إلى :
- محاولة البرامج الحوارية عينة الدراسة توضيح أي قضية أو مشكلة تعرض داخل البرنامج عن طريق إستضافة أطراف المشكلة والخبراء والمتخصصين وتفسير القضية من خلالهم إلى الجمهور .

٣- نوع الضيوف المشاركين في الفقرة :

- جاء الذكر في المركز الأول في برنامج (مصر النهاردة) كنوع الضيوف المشاركين في الفقرة بنسبة (٧٦%) والأنثى بنسبة (٣٢%)، وجاء الذكر في المركز الأول في برنامج (العاشرة مساءً) بنسبة (٩١%) والأنثى بنسبة (١٣%)، وجاء الذكر في برنامج (٩٠ دقيقة) في المركز الأول بنسبة () والأنثى بنسبة (١٥%).

- وقد يرجع ذلك إلى :

- طبيعة القضايا المطروحة في مختلف أنواع البرامج الحوارية وكذلك سياسة المحطة .

٤- ماهية الضيوف المشاركين في الفقرة:

جاء المسئول الحكومي في المركز الأول في ماهية الضيوف المشاركين في الفقرة بالنسبة لبرنامج (مصر النهاردة) بنسبة (٤٨%) يليه أحد أطراف المشكلة وخبير أو متخصص بنسبة (٣٢%) في المركز الثاني

بينما مسئول في إحدى المؤسسات وشخص عادي في المركز الثالث بنسبة (٤%) وقد يرجع ذلك إلى :

اتفاق ذلك مع طبيعة البرنامج الحكومي الذي يهدف دائماً إلى عرض الخطط والسياسات الحكومية والمصاعى التي تقوم بها الحكومة لحل هذه المشكلات .

- جاء المسئول الحكومي أيضاً في المركز الأول في ماهية الضيوف المشاركين في الفقرة بالنسبة لبرنامج (العشرة مساءً) بنسبة (٨٣%) يليه أحد أطراف المشكلة في المركز الثاني بنسبة (٤٣%) ثم خبير أو متخصص ومسئول في إحدى المؤسسات في المركز الثالث بنسبة (٢٦%) وشخص عادي في المركز الرابع بنسبة (١٧%)

- جاء أحد أطراف المشكلة في المركز الأول بنسبة (٨٥%) في برنامج (٩٠ دقيقة) يليه المسئول الحكومي في المركز الثاني بنسبة (٨١%) وخبير أو متخصص في المركز الثالث بنسبة (٥٦%) ثم مسئول في إحدى المؤسسات في المركز الرابع بنسبة (٤٨%) وشخص عادي في المركز الخامس بنسبة (١٥%)

- وقد يرجع ذلك إلى :

- محاولة الوصول إلى الأسباب الجذرية للمشكلة وكيفية علاجها من الناحية العلمية بعيداً عن ما تقوم به الحكومة لحل تلك المشكلة .

٥- مدى المشاركة الجماهيرية في الفقرة :

يتضح تدنى المشاركات الجماهيرية في الفقرات فجاءت نسبة المشاركة بالنسبة لبرنامج (مصر النهاردة) (١٢%) بالنسبة للتليفون و(٤%) بالنسبة للإيميل بينما جاءت نسبة المشاركة بالنسبة لبرنامج (العشرة مساءً) (٢٦%) وفي برنامج (٩٠ دقيقة) (٣٠%) وقد يرجع ذلك:

- أن المشاركة الجماهيرية تكون قاصرة على بعض الفقرات فقط بينما المقدمات الإخبارية والتي تتكون من عدة فقرات وكذلك الحوارات التليفونية لا يوجد بها مشاركة جماهيرية .

ثانيًا : فئات المضمون : (ملاذا قيل ؟)

٦- محور إرتكاز القضية :

النسبة الغالبة في محور إرتكاز القضية في برنامج (مصر النهاردة) كانت الخبر بنسبة ٦٠%

- بينما للنسبة الغالبة في محور إرتكاز القضية في برنامج (العاشرة مساءً) كانت الحدث بنسبة

- - وأيضاً النسبة الغالبة في محور إرتكاز للقضية في برنامج (٩٠ دقيقة) كانت الحدث بنسبة ٨٩%

٧- نوع القضية التي تتضمنها الفقرة :

- القضية السياسية هي أكثر قضية حظيت بمناقشات داخل برنامج (مصر النهاردة) في المركز الأول بنسبة (٣٦%) تليها القضية الاقتصادية في المركز الثاني بنسبة (٢٠%)، يليها الاجتماعية والدينية والصحية في المركز الثالث بنسبة (١٦%)، ثم أعمال العنف والأمنية والفنية في المركز الرابع بنسبة (١٢%)، ثم الثقافية والرياضية والطقس في المركز الخامس بنسبة (٨%)، والعسكرية والكوارث والحوادث والعلمية في المركز السادس بنسبة (٤%)

- القضية الاجتماعية هي أكثر قضية حظيت بمناقشات داخل برنامج في (العاشرة مساءً) في المركز الأول بنسبة (٥٧%) تليها القضية السياسية في المركز الثاني بنسبة (٥٢%)، ثم القضية الاقتصادية والعلمية في المركز الثالث بنسبة (٣٥%)، والقضية الأمنية والصحية في المركز الرابع بنسبة (٣٠%)، أعمال العنف في المركز الخامس بنسبة (٢٦%)، والقضية الثقافية في المركز السادس بنسبة (١٧%)، والقضية الفنية في المركز السابع بنسبة (١٣%)، والقضية الدينية والرياضية والكوارث والحوادث في المركز الثامن بنسبة (٩%)، ثم القضية العسكرية والطقس في المركز العاشر بنسبة (٤%)

القضية الاجتماعية أيضاً هي أكثر القضايا مناقشة داخل برنامج (٩٠ دقيقة) في المركز الأول بنسبة (٨٥%) تليها القضية السياسية في المركز الثاني بنسبة (٤٤%)، وأعمال العنف في المركز الثالث بنسبة (٣٣%)، والقضية الرياضية والصحية في المركز الرابع بنسبة (٣٠%)، ثم القضية الأمنية في

المركز الخامس بنسبة (٢٢%)، والقضية للعلمية في المركز السادس بنسبة (١٩%)، والقضية للدينية في المركز السابع بنسبة (١٥%)، والقضية الفنية في المركز الثامن بنسبة (١١%)، والقضية الاقتصادية والثقافية والكوارث والحوادث في المركز التاسع بنسبة (٧%)، ثم القضية العسكرية والطقس في المركز العاشر بنسبة (٣%)

وقد يرجع ذلك إلى :

- الاختلاف في الاهتمام بنوعية القضايا المجتمعية إلى اختلاف طبيعة أهداف كل من القناتين وتوجهاتهما .

٨- أسلوب معالجة القضية :

- أن البرامج الثلاث (مصر النهاردة - العاشرة مساءً - ٩٠ دقيقة) تعتمد على ذكر الأسباب والحلول كأسلوب في معالجة القضية في المقام الأول حيث جاء أسلوب ذكر الأسباب والحلول في مصر النهاردة بنسبة () وفي العاشرة مساءً بنسبة () وفي ٩٠ دقيقة بنسبة ()

- يليه مباشرة أسلوب ذكر الأسباب فقط في المركز الثاني كأسلوب لمعالجة القضية، فقد جاء في (مصر النهاردة) بنسبة ٢٤% وفي (العاشرة مساءً) بنسبة ٢٤% وفي (٩٠ دقيقة) بنسبة ٥٢%

- بينما جاء عدم ذكر الأسباب أو الحلول في المركز الثالث لبرنامج (مصر النهاردة) بنسبة ١٢% يليه ذكر الحلول فقط في المركز الرابع بنسبة ٨%

- وجاء ذكر الحلول فقط في المركز الثالث في برنامج (العاشرة مساءً) بنسبة ١٧% وفي برنامج (٩٠ دقيقة) أيضاً بنسبة ١١%، يليه عدم ذكر الأسباب أو الحلول في المركز الرابع في برنامج (٩٠ دقيقة) بنسبة ٧% وقد يرجع ذلك إلى :

- رغبة البرامج الثلاث في عرض أسلوب معالجة القضية من جميع الحوائج فتلجأ إلى ذكر الأسباب والحلول وعدم الإكتفاء بذكر الأسباب فقط أو الحلول فقط .

٩- الجمهور المستهدف :

جاء الجمهور المصري بشكل عام في المركز الأول للجمهور المستهدف بالنسبة للبرامج الثلاث كالآتي :

- جاء في المركز الأول بالنسبة لبرنامج (مصر النهاردة) بنسبة ٨٨% وفي المركز الأول بالنسبة لبرنامج (العاشرة مساءً) بنسبة ٩٦% وفي المركز الأول بالنسبة لبرنامج (٩٠ دقيقة) بنسبة ٧٨%
- أتى المراهقين في المركز الثاني بالنسبة لبرنامج (مصر النهاردة) بنسبة ٨% يليه كبار السن في المركز الثالث بنسبة ٤%
- بينما جاء الشباب في المركز الثاني بالنسبة لبرنامج (العاشرة مساءً) بنسبة ٤%
- وجاء المراهقين في المركز الثاني لبرنامج (٩٠ دقيقة) بنسبة ١١% والشباب في المركز الثالث بنسبة ٧% وفئة الممرضات في المركز الرابع بنسبة ٤% .

توصيف العينة:

أولاً: النوع:-

يوضح الجدول التالي رقم (١) توصيف العينة طبقاً للنوع

جدول رقم (١)

النوع	النسب والتكرارات	ك	%
ذكر	٢٠٠	٥٠	
أنثى	٢٠٠	٥٠	
المجموع	٤٠٠	١٠٠	

تدل بيانات الجدول السابق على :

- نتوزع عينة الدراسة وفقاً للنوع بالتساوي على : الذكور بنسبة (٥٠%) والإناث بنسبة (٥٠%)

ثانياً: توزيع الجامعات :-

يوضح الجدول التالي رقم (٢) توصيف العينة طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة

جدول رقم (٢)

عدد الطلاب ونسبتهم الجامعات	عدد	%
جامعة عين شمس	١٠٠	٢٥
جامعة القاهرة	١٠٠	٢٥
أكاديمية طيبة	١٠٠	٢٥
جامعة ٦ أكتوبر	١٠٠	٢٥
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على :

تتوزع عينة الدراسة وفقاً للجامعات الحكومية والخاصة بالتساوى على:
جامعة عين شمس بنسبة (٢٥%) وجامعة القاهرة بنسبة (٢٥%) وأكاديمية
طيبة بنسبة (٢٥%) وجامعة ٦ أكتوبر بنسبة (٢٥%)

ثالثاً: المستوى الاقتصادي والاجتماعي:-

يوضح الجدول التالي رقم (٣) توصيف العينة طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي

جدول رقم (٣)

عدد الطلاب وتسبيحهم	عدد	%
مرتفع	١٨٨	٤٧,٠
متوسط	١٩٣	٤٨,٣
منخفض	١٩	٤,٨
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على :

تتوزع مفردات العينة وفقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي على ثلاثة

مستويات :

- ١ - المستوى الاقتصادي المرتفع : ويمثل ٤٧,٠% بواقع ١٨٨ مفردة
- ٢ - المستوى الاقتصادي المتوسط : ويمثل ٤٨,٣% بواقع ١٩٣ مفردة .
- ٣ - المستوى الاقتصادي المنخفض : ويمثل ٤,٨% بواقع ١٩ مفردة .

الدراسة الميدانية

١- معدل مشاهدة البرامج الحوارية :

يشاهد (٧٢%) من عينة الدراسة البرامج الحوارية أحياناً، و (١٨,٣%) دائماً، و (٨,٥%) نادراً، و (١,٣%) لا يشاهدونها .

- ويمكن تفسير ارتفاع نسبة للمشاهدة للبرامج الحوارية للأسباب الآتية :

- الواقعية التي يتمتع بها البرنامج الحوارى فأصبحت السمة المميزة لأغلبية البرامج الحوارية هي اللبث على الهواء مباشرة وأصبحت نسبة مشاركة الجمهور في الرأي وعرض وجهات النظر نسبة عالية جداً إذا ما قورنت بالبرامج المسجلة .

- الإهتمام بفنية إخراج هذه البرامج، فلم يعد الضيف أمام مجموعة من الأسئلة المصاغة ويقوم بالإجابة عليها وينتهي البرنامج بل أصبح هناك نافذة تطل على عرض وجهات النظر وعرض البيانات والمعلومات بصيغة الخبر والتقارير الخارجية وعرض رأي الجمهور في القضية المطروحة وكذلك عرض الأفلام التسجيلية للقضية المطروحة فيكون بذلك البرنامج الحوارى ساحة تتبادل فيها الحقائق .

- شخصية مقدم البرنامج تضيف عليه نوعاً من القبول وعدم القبول من قبل المشاهدين .

- وتتفق هذه النتيجة مع نتائج بعض الدراسات السابقة التي أجريت حول تعرض الجمهور للبرامج الحوارية على النحو الآتى :

- دراسة "Stacy Davis, Marie Louiso"^(١) حول " تأثير البرامج الحوارية على المراهقين " إذ أن نسبة مشاهدة البرامج الحوارية ٧٥% في مقابل ٢٥% لغير المشاهدين.

- دراسة حسن محمد علي خليل^(٢) حول " دور البرامج الجماهيرية في معالجة قضايا الطفولة والمراهقة " إذ بلغت نسبة من يشاهدون تلك البرامج من المراهقين ٠,٥% دائماً، و ٦٦,٥% أحياناً.

(١) Stacy Davis, Marie Louiso." Op.Cit "،p. ٦٩

(٢)- حسن محمد علي خليل. مرجع سابق، ص ١٩٨

-دراسة إيمان عز الدين ^(١) حول " دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية بالتليفزيون المصري في ترتيب أولويات قضايا الطفولة لدى الرأي العام " إبلغت نسبة مشاهدة البرامج الحوارية لدى المبحوثين نسبة ٨٣,٣% في حين كانت نسبة من لم يشاهدون البرامج الحوارية ١٦,٨% .

-دراسة سعاد المصري ^(٢) حول " البرامج الجماهيرية بالقنوات الفضائية العربية ودورها في تزويد المراهقين بالمعلومات " حيث كانت نسبة مشاهدة المنتظمة للبرامج الحوارية ٢٨,٣% بينما كانت نسبة مشاهدة غير المنتظمة ٨١,٨% .

- دراسة ريهام سامي حسين يوسف حول ^(٣) دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري " إذ أن ٧٦,٧% من أفراد العينة يشاهدون البرامج الحوارية دائماً و ٤٩,٣% يشاهدونها أحياناً .

- دراسة ممدوح عبد الله محمد عبد اللطيف ^(٤) حول " الصورة الإعلامية للحكومة المصرية كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية وعلاقتها بالصورة الذهنية للحكومة لدى شباب الجامعات " إذ أن ٣٥,١% يشاهدون البرامج الحوارية دائماً و ٦٠,٣% يشاهدونها أحياناً .

٢-معدل مشاهدة البرامج الحوارية طبقاً للنوع :

- يشاهد المراهقين(الذكور) عينة الدراسة الميدانية البرامج الحوارية (٣٦,٣%) أحياناً، و(٩,٣%) دائماً.

- تشاهد المراهقين(الإناث) عينة الدراسة الميدانية البرامج الحوارية (٣٥,٨%) أحياناً، و(٩%) دائماً.

(١) - إيمان عز الدين محمد . مرجع سابق، ص ٤٦٥

(٢) - سعاد المصري . مرجع سابق، ص ٢٢٩.

(٣) - ريهام سامي حسين يوسف . مرجع سابق .

(٤) - ممدوح عبد الله عبد اللطيف . مرجع سابق، ص ١٨٣

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (ذكور - إناث) في معدل مشاهدة البرامج الحوارية حيث كانت قيمة $\chi^2 = 0.345$ عند درجة حرية = 0.3 وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.05.

٢- معدل مشاهدة البرامج الحوارية طبقاً للجامعات الحكومية و الخاصة :
- يشاهد (١٨.٣%) من عينة الدراسة البرامج الحوارية أحياناً في (جامعة عين شمس)، و (٤.٠%) دائماً .

- يشاهد (١٦%) من عينة الدراسة للبرامج الحوارية أحياناً في (جامعة القاهرة)، و (٦.٥%) دائماً .

- يشاهد (١٨%) من عينة الدراسة البرامج الحوارية أحياناً في (أكاديمية طبية)، و (٥.٣%) دائماً .

- يشاهد (٧٢%) من عينة الدراسة البرامج الحوارية أحياناً في (جامعة أكتوبر)، و (٥.٣%) دائماً .

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في معدل مشاهدة البرامج الحوارية حيث كانت قيمة $\chi^2 = 11.19$ عند درجة حرية = 0.9 وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.263.

٣- معدل مشاهدة البرامج الحوارية طبقاً للمستوى الاقتصادي و الاجتماعي :

- يشاهد (٣١.٨%) من عينة الدراسة البرامج الحوارية أحياناً من الطبقة ذات المستوى الاجتماعي (المرتفع)، و (١٠.٨%) دائماً.

يشاهد (٣٦.٣%) من عينة الدراسة للبرامج الحوارية أحياناً من الطبقة ذات المستوى الاجتماعي (المتوسط)، و (٧.٠%) دائماً.

يشاهد (٤%) من عينة الدراسة للبرامج الحوارية أحياناً من الطبقة ذات المستوى الاجتماعي (المتوسط)، و (٠.٥%) دائماً.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في مشاهدة البرامج الحوارية حيث كانت قيمة $\chi^2 = 6,164$ عند درجة حرية = 6 وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0,05.

٤- عدم مشاهدة البرامج الحوارية :

- لا يشاهد (40,5%) من عينة الدراسة الميدانية البرامج الحوارية لأنها نسخ مكررة من بعضها، ولعدم وجود الوقت بنسبة (17,3%)، بينما لأنها تزيد من توتر المشاهد بنسبة (18,2%)، بينما جاءت نتيجة لا أراها تقدم جديد بنسبة (9,1%)

وقد يرجع ذلك إلى :

- أن معظم البرامج الحوارية تتحدث عن نفس الأحداث وفي بعض الأحيان قد تستضيف نفس الأشخاص وبالتالي تؤدي إلى التكرار والملل، كما أن المراهق من طبيعته التقلب في المزاج والملل بسرعة، وهذا يجعل المراهق يرى أنها نسخ مكررة من بعضها في المقام الأول .

وتتفق تلك النتيجة مع نتائج بعض الدراسات السابقة على النحو الآتي :

- دراسة إيمان عز الدين محمد دويلة^(١) حول " دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية بالتليفزيون المصري في ترتيب أولويات قضايا الطفولة لدى الرأي العام " إى أن 50% من أفراد العينة لا يشاهدون البرامج الحوارية لإعتمادها على ضيوف مكررين .

- دراسة سعاد محمد محمد المصرى^(٢) حول " البرامج الجماهيرية بالقنوات الفضائية العربية ودورها في تزويد المراهقين بالمعلومات " إذ أن 34,3% من أفراد العينة لا يشاهدون البرامج الحوارية لتكرارها. وتختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج بعض الدراسات السابقة على

النحو الآتي :

(١) - إيمان عز الدين محمد . مرجع سابق، ص ٤٧٥

(٢) - سعاد محمد محمد المصرى . مرجع سابق، ص ٣٥٦

- دراسة ممدوح محمد عبد الله عبد اللطيف ^(١) حول " الصورة الإعلامية للحكومة المصرية كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية وعلاقتها بالصورة الذهنية للحكومة لدى شباب الجامعات " إذ أن ٨٨,٩% من أفراد العينة لا يشاهدون البرامج الحوارية لأنها لا تتمتع بالموضوعية والمصداقية في تناولها للقضايا والأحداث .

- دراسة حسن محمد علي خليل ^(٢) حول " دور البرامج الجماهيرية في معالجة قضايا الطفولة والمراهقة " إذ أن ٤٠,٩% من أفراد العينة لا يشاهدون البرامج الحوارية لأن شكل تقديمها غير جذاب .

٥- عدم مشاهدة البرامج الحوارية طبقاً للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (ذكور - إناث) في الفروق بين الجنسين (ذكور - إناث) في عدم مشاهدة البرامج الحوارية حيث كانت قيمة $\chi^2 = 2,933$ عند درجة حرية = ٣، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٤٠٢ .

٧- عدم مشاهدة البرامج الحوارية طبقاً للجامعات الحكومية و الخاصة :
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في أسباب عدم مشاهدة البرامج الحوارية حيث كانت قيمة $\chi^2 = 9,533$ ، عند درجة حرية = ٩، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٣٩٠.

٨- عدم مشاهدة البرامج الحوارية طبقاً للمستوى الاجتماعي والاقتصادي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في أسباب عدم مشاهدة البرامج الحوارية حيث كانت قيمة $\chi^2 = 7,187$ ، عند درجة حرية = ٦، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٣٠٤.

(١) - ممدوح محمد عبد اللطيف . مرجع سابق، ص ١٩٥

(٢) - حسن محمد علي خليل . مرجع سابق، ص ١٩٩

١٠- عدد أيام مشاهدة البرامج الحوارية في الأسبوع :

- يشاهد (٥٨,٥%) من المراهقين عينة الدراسة الميدانية البرامج الحوارية حسب الظروف، ويوم في الأسبوع (١٣,٨%)، ويومان في الأسبوع (١٠%)، وثلاثة أيام في الأسبوع (٩,٥%)، وخمسة أيام فأكثر (٦%)، بينما أربعة أيام (٢,٣%) ، وقد يرجع ذلك إلى :

أن المراهقين يقضون معظم الأوقات في الجامعة، وعدد عودتهم من الجامعة يقضون معظم الوقت في المذاكرة وبالتالي لا يجدون الوقت الكافي لمتابعة البرامج الحوارية فيشاهدونها حسب الظروف، كما أن أغلب المراهقين يصيبهم الملل سريعاً من متابعة البرامج التي تعرض المشكلات ويفضلون مشاهدة ما يسليهم بعيداً عن الأحاديث والتحقيقات.

١١- عدد أيام مشاهدة البرامج الحوارية في الأسبوع طبقاً للنوع :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (ذكور - إناث) في كم يوماً عادة تشاهد البرامج الحوارية في الأسبوع حيث كانت قيمة $\chi^2 = 12.095$ عند درجة حرية = ٥ ، وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة = ٠.٠٣٤ .

- وقد يرجع ذلك إلى أن الذكور يقضون وقتاً كبيراً من اليوم خارج المنزل وخاصة فترة المساء بينما الإناث لديهم وقت فراغ أكبر، وبالتالي فلديهم الفرصة لمشاهدة هذه البرامج أكثر من الذكور .

١١- عدد أيام مشاهدة البرامج الحوارية في الأسبوع طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في كم يوماً عادة تشاهد البرامج الحوارية في الأسبوع حيث كانت قيمة $\chi^2 = 25.821$ ، عند درجة حرية = ١٥ ، وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة = ٠.٠٤٠ .

وقد يرجع ذلك :

- وقت الفراغ الأكبر الذي يوجد لدى طلاب الجامعات الخاصة والذي قد يمكنهم من متابعة البرامج الحوارية لفترة أطول .

١٢- عدد أيام مشاهدة البرامج الحوارية في الأسبوع طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في كم يوماً عادة تشاهد البرامج الحوارية في الأسبوع حيث كانت قيمة كا^٢ = ٩,٩٥٦، عند درجة حرية = ١٠، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥.

١٣- عدد ساعات مشاهدة البرامج الحوارية

- يشاهد (٥٨%) من المراهقين عينة للدراسة الميدانية البرامج الحوارية أقل من ساعة تقريباً، يليه من ساعة إلى ثلاث ساعات يومياً (٣٤,٨%) ثم من ثلاث ساعات فأكثر (٧,٣%). وقد يرجع ذلك إلى :

- مللهم سريعاً من مثل هذه النوعية من البرامج لإهتمامها بالمشاكل والصراعات بينما المراهق يريد أن يشاهد ما يسرى عنه ويسليه .

١٤- عدد ساعات مشاهدة البرامج الحوارية طبقاً للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (ذكور - إناث) في كم ساعة تقريباً تشاهد فيها البرامج الحوارية يومياً حيث كانت قيمة كا^٢ = ١,٠٨٨ عند درجة حرية = ٢، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥.

١٥- عدد ساعات مشاهدة البرامج الحوارية طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في كم ساعة تقريباً تشاهد فيها البرامج الحوارية يومياً حيث كانت قيمة كا^٢ = ١٣,٠٢٩، عند درجة حرية = ١، وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥.

١٦- عدد ساعات مشاهدة البرامج الحوارية طبقاً للمستوى

الاقتصادي والاجتماعي :

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في كم ساعة تقريباً تشاهد فيها البرامج الحوارية يومياً حيث كانت قيمة $\chi^2 = 2,694$ ، عند درجة حرية = ٤، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠١.

١٧- دوافع مشاهدة البرامج الحوارية

- يشاهد (٤٣,٠ %) من المراهقين عينة الدراسة الميدانية البرامج الحوارية للإلمام بخلفية الأحداث العربية والدولية، وللجراحة في تناول الموضوعات والقضايا والأحداث المختلفة (١٩,٠ %)، وللإبهار والتشويق في كشف ملابسات الأحداث الجارية (٩,٣ %)، وللتخلص من الملل وتمضية وقت الفراغ (٩,٠ %)، وللصدق والصراحة في كثير من فقراتها (٨,٣ %)، ولمعرفة وجهات النظر المختلفة في القضايا والأحداث المصرية (٧,٠ %)، ولأن لديها شبكة مراسلين ضخمة فأصبحت في قلب الأحداث والقضايا العامة في مصر (٢,٣ %)، وحتى أجد موضوعات للنقاش مع آخرين (١,٥ %)، بينما وسيلة أرخص من غيرها لمعرفة الأخبار كالصحف (٠,٣ %). وقد يرجع إختيار المبحوثين للإلمام بخلفية الأحداث العربية والدولية في المركز الأول إلى :

- تقديم البرامج الحوارية لمقدمة إخبارية تتضمن الأخبار التي حدثت في نفس اليوم مما يجعل المشاهد على علم بما يحدث حوله ولملم بالأحداث العربية والدولية، كما أن الحوارات التي تقدم بالبرنامج تقوم بتوضيح ما يحدث على الساحة مما يجعل المشاهد ملم بالحدث من جميع جوانبه .

وتختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج بعض الدراسات السابقة على

النحو الآتي :

- دراسة ممنوح عبد الله محمد عبد اللطيف^(١) حول " الصورة الإعلامية للحكومة المصرية كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية

(١) - ممنوح عبد الله محمد عبد اللطيف . مرجع سابق، ص ١٩٤

وعلاقتها بالصورة الذهنية للحكومة لدى شباب الجامعات " إذ أن ١,٤٤% من أفراد العينة يشاهدون البرامج الحوارية لأنها تعتبر حلقة الوصل بين المشاهدين والممثلين .

- دراسة إيمان عز الدين ^(١) حول " دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية بالتليفزيون المصري في ترتيب أولويات قضايا الطفولة لدى الرأي العام " حيث أن ٣٦,٩% من أفراد العينة يشاهدون البرامج الحوارية لأن بها مشاركات جماهيرية ووجهات نظر متعددة .

- دراسة سعاد محمد المصري ^(٢) حول " البرامج الجماهيرية بالقنوات الفضائية العربية ودورها في تزويد المراهقين بالمعلومات " إذ أن ٥١,٥% من أفراد العينة يشاهدون البرامج الحوارية لأن موضوعاتها مهمة .

- دراسة حسن محمد على ^(٣) حول " دور البرامج الجماهيرية في معالجة قضايا الطفولة والمراهقة " حيث أن ٥٩% من أفراد العينة يشاهدون البرامج الحوارية للاستفادة من المعلومة المقدمة بها .

- دراسة نهى عاطف العبد ^(٤) حول " العلاقة بين مستويات التعرض للبرامج الحوارية في الفضائيات العربية ومستويات معرفة الرأي العام بقضايا الإصلاح السياسى في مصر " حيث أن ٦٣,٣% من أفراد العينة يشاهدون البرامج الحوارية لجرأتها .

- دراسة رانيا أحمد محمود ^(٥) حول " مدى اعتماد الشباب على برامج الرأي في معرفة مشكلات المجتمع المصري " حيث أن ٤٥,٥% من أفراد العينة يشاهدون البرامج الحوارية لمعرفة مشكلات المجتمع .

١٨- دوافع مشاهدة البرامج الحوارية طبقاً للنوع :

(١) - إيمان عز الدين . مرجع سابق، ص ٥١٤

(٢) - سعاد محمد محمد المصري . مرجع سابق، ص ٣٥٤

(٣) - حسن محمد على . مرجع سابق، ص ٢٠١

(٤) - نهى عاطف العبد . مرجع سابق، ص ٧٦٣

(٥) - رانيا أحمد محمود . مرجع سابق، ص ١٢٨٥

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (ذكور - إناث) في دوافع مشاهدة البرامج الحوارية البرامج الحوارية حيث كانت قيمة $\chi^2 = 13.261$ عند درجة حرية = 8، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.03.

١٩- دوافع مشاهدة البرامج الحوارية طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في دوافع مشاهدة البرامج الحوارية حيث كانت قيمة $\chi^2 = 77.164$ ، عند درجة حرية = 24، وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.000.

٢٠- دوافع مشاهدة البرامج الحوارية طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في دوافع مشاهدة البرامج الحوارية حيث كانت قيمة $\chi^2 = 14.425$ ، عند درجة حرية = 16، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.567.

٢١- مشاهدة برنامج مصر النهاردة :

- يشاهد (40.5%) من المراهقين عينة الدراسة برنامج (مصر النهاردة- البيت بيتك سابقاً) أحياناً، و(28%) دائماً، و(18.5%) نادراً، و(13%) لا يشاهدها.

- وتتفق هذه النتيجة مع دراسة ريهام سامي حسين يوسف^(١) حول " دور البرامج الحوارية في القنوات للحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القصايا المجتمعية لدى الجمهور المصري " إذ أن (58.7%) من أفراد العينة يشاهدون مصر النهاردة أحياناً، و(24%) دائماً، ودراسة رانيا

(١) - ريهام سامي حسين يوسف . مرجع سابق، ص ١٦٩

أحمد محمود^(١) حول " مدى إعتقاد الشباب على برامج الرأي في معرفة مشكلات المجتمع المصري " إذ أن ٢٩,٥% من أفراد العينة يشاهدون برنامج مصر النهاردة دائماً، ٥٤,٥% أحياناً

٢٢- مشاهدة برنامج مصر النهاردة طبقاً للنوع :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (ذكور - إناث) في مدى مشاهدة برنامج مصر النهاردة حيث كانت قيمة $\chi^2 = ١٠,٥١٠$ عند درجة حرية = ٣، وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة = ٠,١٥.

٢٣- مشاهدة برنامج مصر النهاردة طبقاً للجامعات والحكومية:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في مدى مشاهدة برنامج مصر النهاردة حيث كانت قيمة $\chi^2 = ٢٠,٩٩٨$ ، عند درجة حرية = ٩، وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة = ٠,٠١٣.

٢٤- مشاهدة برنامج مصر النهاردة طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في مدى مشاهدة برنامج مصر النهاردة حيث كانت قيمة $\chi^2 = ٨,٠٣٩$ ، عند درجة حرية = ٦، وهي غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة = ٠,٢٣٥.

٢٥- مشاهدة برنامج العشرة مساءً :

- يشاهد (٥٠,٠%) من عينة للدراسة الميدانية برنامج (العشرة مساءً) أحياناً، ويشاهدونها (٢٦,٨%) دائماً، كما يشاهدونها (١٧,٠%) نادراً، و(٦,٣%) لا يشاهدونها وتتفق هذه النتيجة مع نتائج بعض الدراسات السابقة على النحو الآتي :

- دراسة ريهام سامي حسين يوسف^(١) حول " دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى

(١) - رانيا أحمد محمود ، مرجع سابق، ص ١٢٨٦

الجمهور المصري " إذ أن ٤٩,٩% من أفراد العينة يشاهدون برنامج العاشرة مساءً أحياناً و ٢٦,٨% يشاهدونها دائماً .

دراسة ممدوح عبد الله محمد عبد اللطيف ^(٢) حول " الصورة الإعلامية للحكومة المصرية كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية وعلاقتها بالصورة الذهنية للحكومة لدى شباب الجامعات " إذ أن ٥٩,٧% من أفراد العينة يشاهدون برنامج العاشرة مساءً أحياناً و ٢٧,٢% يشاهدونه دائماً .

- دراسة رانيا أحمد محمود ^(٣) حول " مدى اعتماد الشباب على برامج الرأي في معرفة مشكلات المجتمع المصري " إذ أن ٣٢,٥% من أفراد العينة يشاهدون برنامج العاشرة مساءً دائماً و ٤٣% أحياناً.

٢٦- مشاهدة برنامج العاشرة مساءً طبقاً للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (ذكور - إناث) في مدى مشاهدة برنامج العاشرة مساءً حيث كانت قيمة كا^٢ = ٣,٨٩٥ عند درجة حرية = ٣ ، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٢٧٣.

٢٧- مشاهدة برنامج العاشرة مساءً طبقاً للجامعات والخاصة:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في مدى مشاهدة برنامج العاشرة مساءً حيث كانت قيمة كا^٢ = ٢٠,٤٢٥، عند درجة حرية = ٩ ، وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,١٥ .

٢٨- مشاهدة برنامج العاشرة مساءً طبقاً للمستوى الاقتصادي

والاجتماعي:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في مدى مشاهدة برنامج العاشرة مساءً حيث

(١) - ريهام سامي حسين يوسف . مرجع سابق، ص ١٧٣

(٢) - ممدوح عبد الله محمد عبد اللطيف . مرجع سابق، ص ١٩٨

(٣) - رانيا أحمد محمود . مرجع سابق، ص ١٢٨٦

كانت قيمة $\chi^2 = 29,620$ ، عند درجة حرية = 6، وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.001.

٢٩- مشاهدة برنامج ٩٠ دقيقة :

يشاهد (٣٩,٣%) من عينة للدراسة برنامج (٩٠ دقيقة) أحياناً، ويشاهدها (٣٢,٣%) دائماً، ويشاهدها (٢٢%) نادراً، و(٦,٥%) لا يشاهدونها. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة ممدوح عبد الله محمد عبد اللطيف^(١) حول " الصورة الإعلامية للحكومة المصرية كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية وعلاقتها بالصورة الذهنية للحكومة لدى شباب الجامعات " إذ أن ٣٥,١% من عينة الدراسة يشاهدون برنامج ٩٠ دقيقة أحياناً و٥١,٨% يشاهدونه دائماً، ودراسة رانيا أحمد محمود^(٢) حول " مدى اعتماد الشباب على برامج الرأي في معرفة مشكلات المجتمع المصري " حيث أن ٣٦,٥% من أفراد العينة يشاهدون برنامج ٩٠ دقيقة أحياناً و٢٥% دائماً .

٣٠- مشاهدة برنامج ٩٠ دقيقة للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (ذكور - إناث) في مدى مشاهدة برنامج ٩٠ دقيقة حيث كانت قيمة $\chi^2 = 3,674$ عند درجة حرية = ٣، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.05.

٣١- مشاهدة برنامج ٩٠ دقيقة طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في مدى مشاهدة برنامج ٩٠ دقيقة حيث كانت قيمة $\chi^2 = 21,503$ عند درجة حرية = ٩، وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.01.

٣٢- مشاهدة برنامج ٩٠ دقيقة طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي:

(١) - ممدوح عبد الله محمد عبد اللطيف . مرجع سابق، ص ٢٢٤

(٢) - رانيا أحمد محمود . مرجع سابق، ص ١٢٨٦

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في مدى مشاهدة برنامج ٩٠ دقيقة حيث كانت قيمة $\chi^2 = 30.380$ ، عند درجة حرية = ٦، وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$.

٣٣- أسباب مشاهدة برنامج مصر النهاردة :

يشاهد (٥٢.١%) من عينة الدراسة الميدانية برنامج مصر النهاردة (البيت بيتك سابقاً) لأن شخصية مقدم للبرنامج أو المذيع جذابة، والموضوعات التي تتناولها مهمة (٥١.٧%)، بينما الشخصيات التي تستضيفها مرتبطة بالموضوع المثار (٥٠.٩%)، وأسلوب عرض الموضوع الذي تتناوله شيق (٤٥.١%)، وبها شرح أكثر للقضية المثارة (٤٢.٥%)، بينما وقت إذاعتها مناسب بالنسبة لي (٣٤.٨%).

- وقد يرجع إختيار المراهقين لشخصية المذيع جذابة في المركز الأول إلى قيام أكثر من مذيع بتقديم البرنامج مما يؤدي إلى إعجاب المراهقين بشخصية أحدهم (محمود سعد، تامر أمين، خيرى رمضان، منى الشرقاوى) وقد يشعر أنه قريب منه .

٣٤- أسباب مشاهدة برنامج العاشرة مساءً :

- يشاهد (٥٢.٥%) من عينة الدراسة الميدانية برنامج (العاشرة مساءً) لأن وقت إذاعته مناسب، وبه شرح أكثر للقضية المثارة (٤٦.١%)، الموضوعات التي يتناولها مهمة (٤٥.٦%)، وأسلوب عرض الموضوع الذي يتناوله شيق (٤٠.٥%)، والشخصيات التي يستضيفها مرتبطة بالموضوع المثار (٣٩.٧%) بينما شخصية مقدم البرنامج جذابة (٣٦.٥%) .

- وقد يرجع ذلك إلى أن توقيت عرض البرنامج في العاشرة مساءً ليس مبكراً جداً بحيث لا يستطيع المراهق اللحاق بموعد عرضه وليس متأخراً جداً بحيث لا يستطيع مشاهدته، فتوقيت عرضه يتيح للمراهق أن يكون موجوداً في المنزل وبإمكانه أن يشاهده.

وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة ريهام سامي حسين يوسف حول ^(١) " دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري " إذ أن ٧٤,٣% من أفراد العينة يشاهدون برنامج العاشرة مساءً لمتابعته للأحداث والقضايا الجارية، ودراسة ممدوح محمد عبد الله عبد اللطيف ^(٢) حول " الصورة الإعلامية للحكومة المصرية كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية وعلاقتها بالصورة الذهنية للحكومة لدى شباب الجامعات " حيث أكد ٧٢,١% من أفراد العينة مشاهدتهم لبرنامج العاشرة مساءً لأنه يعتبر حلقة الوصل بين الجمهور والمستقلين .

٣٥- أسباب مشاهدة برنامج ٩٠ دقيقة :

- يشاهد (٤٣,٣%) من عينة الدراسة الميدانية برنامج (٩٠ دقيقة) لأنه به شرح أكثر للقضية المثارة، وأسلوب عرض الموضوع الذي تتناوله شيق (٤١,٩٥)، والموضوعات الذي يتناولها مهمة (٤٠,١%)، والشخصيات التي يستضيفها مرتبطة بالموضوع المثار (٣٩,١%)، وقت إذاعته مناسب (٣٦,٦%)، بينما شخصية مقدم البرنامج جذابة (٣٣,٤%) .

- وقد يرجع ذلك إلى :

- أن برنامج (٩٠ دقيقة) يهتم كثيراً بالقضايا التي يقوم بعرضها، وعلى الأخص المقدمة اليومية التي تتضمن الأحداث التي حدثت في اليوم مع استضافة بعض الخبراء والمتخصصين لتوضيح القضية من جميع جوانبها .

٣٦- أسباب عدم مشاهدة برنامج مصر النهاردة :

- لا يشاهد (٧٣,١%) من عينة الدراسة الميدانية برنامج مصر النهاردة (البيت بيتك سابقاً) لعدم الحرية في تبني القضايا، ولعدم توافر معايير الصدق والموضوعية (٥٠%)، ولا أحب أسلوب مقدميه (٣٨,٥%)، والاعتماد على الأسئلة الاستفزازية وإثارة الصراع بين الضيوف (٢٣,١%)، بينما البعد عن هموم ومشكلات المواطن المصري (١٧,٣%)

(١) - ريهام سامي حسين يوسف . مرجع سابق، ص ١٧٦

(٢) - ممدوح عبد الله محمد عبد اللطيف . مرجع سابق، ص ٢٠٦

٣٧- أسباب عدم مشاهدة برنامج العاشرة مساءً :

- لا يشاهد (٩٦%) من عينة الدراسة الميدانية برنامج العاشرة مساءً لإعتماده على الأسئلة الإستفزازية وإثارة الصراع بين الضيوف، ولأنه لا تتوفر فيه معايير الصدق والموضوعية في طرح الأحداث والقضايا (٨٠%)، ولا أحب أسلوب مقدميه (٧٢%)، والبعد عن هموم ومشكلات المواطن المصري (٦٤%)، وعدم الحرية في تبني القضايا (٣٢%)، وقد يرجع ذلك إلى :

- رغبة البرامج الحوارية في الإجابة عن جميع التساؤلات التي تشغل بال المشاهدين والجمهور مما يؤدي إلى أنها في بعض الأحيان قد تعتمد إلى الأسئلة الإستفزازية حتى تضمن الإجابة على السؤال الذي تم توجيهه .

٣٨- أسباب عدم مشاهدة برنامج ٩٠ دقيقة :

- لا يشاهد (٨٤,٦%) من عينة الدراسة الميدانية برنامج (٩٠ دقيقة) لأنه يعتمد على الأسئلة الإستفزازية وإثارة الصراع بين الضيوف، ولا أحب أسلوب مقدميه (٧٣,١%)، ولا تتوفر فيه معايير الصدق والموضوعية في طرح الأحداث والقضايا (٥٧,٧%)، والبعد عن هموم ومشكلات المواطن المصري (٥٠%)، ثم عدم الحرية في تبني القضايا (٣٦,٩%)

٣٩- كيفية مشاهدة البرامج الحوارية:

- يتابع (٩١,٣%) من عينة الدراسة الميدانية تطورات الأحداث من خلال البرامج الحوارية دائماً و (٧,٣%) أحياناً، ويهتم (٤٨,٣%) كثيراً بالموضوعات التي تثيرها البرامج الحوارية دائماً و (٣٧,٠%) أحياناً و (٦,٨%) نادراً و (٦,٥%) لا يفعلون ذلك، ويتناقش (٤٢,٥%) مع الآخرين حول القضايا والأحداث الهامة دائماً، و (٣٩,٨%) أحياناً و (١١,٠٥%) نادراً و (٦,٠%) لا يفعلون ذلك، ويبحث (٣٦,٠%) عن المزيد من المعلومات حول القضايا البارزة في مصادر متخصصة دائماً، و (٣٤,٨%) أحياناً، و (١٥,٥%) نادراً، و (١٢,٥%) لا يفعلون ذلك، ويعرف (٣٤,٨%) مواعيد البرامج الحوارية في القنوات التي يشاهدونها دائماً، و (٣٩,٥%) أحياناً، و (١٠,٨%) نادراً، و (١٣,٨%) لا يفعلون ذلك، ويركز (٣١,٠%) في

البرامج ولا يحبون للقيام بأى عمل آخر في تلك الوقت دائماً، و (٣٣,٨%) أحياناً، و (١٦,٥%) نادراً، و (١٧,٣%) لا يفعلون ذلك، وينتقل (٢٦,٠%) من قناة لأخرى بلحيتين عن البرامج الحوارية لمشاهدتها دائماً، و (٤٣,٣%) أحياناً، و (١٣,٥%) نادراً، و (١٦,٠%) لا يفعلون ذلك، ويشاهد (٢١,٣%) البرامج الحوارية بالصدفة وحسب الظروف دائماً، و (٣٥,٥%) أحياناً، و (١٧,٥%) نادراً، و (٢٤,٥%) لا يفعلون ذلك، ويتحدث (١٩,٠%) مع الآخرين أثناء مشاهدة البرنامج دائماً، و (٣١,٠%) أحياناً، ونادراً (٢١,٣%)، و (٢٦,٨%) لا يفعلون ذلك، ويتابع (١٣,٨%) للبرامج الحوارية وهم يقومون بأعمال أخرى دائماً، و (٤١,٠%) أحياناً، و (١٣,٨%) نادراً، و (٢٩,٨%) لا يفعلون ذلك .

- وقد يرجع إختيار المراهقين لمتابعة تطورات الأحداث من خلال البرامج الحوارية في المقام الأول إلى أن البرامج الحوارية عند إذاعتها لخبر أو حدث ما تظل تتابع تطورات هذا الخبر أو الحدث في الحلقات التالية من البرنامج مما يؤدي إلى معرفة كافة تفاصيل الخبر أو الحدث من خلال البرنامج الحوارى .

٤٠- المعرفة بموضوع حادثة نجع حمادى:

- (٨٤,٨%) من عينة الدراسة الميدانية لديهم فكرة عن موضوع حادثة نجع حمادى، بينما (١٥,٣%) ليس لديهم فكرة عنها، وقد يرجع ذلك إلى:

- الإهتمام الإعلامى الكافى الذى حظيت به قضية حادثة نجع حمادى .

٤١- المعرفة بموضوع حادثة نجع حمادى طبقاً للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (ذكور - إناث) في هل لديك فكرة عن موضوع حادثة نجع حمادى حيث كانت قيمة $\chi^2 = 1,067$ عند درجة حرية = ١ ، وهي غيردالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠١١ .

٤٢ المعرفة بموضوع حادثة نجع حمادى طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في هل لديك فكرة عن موضوع حادثة نجع حمادى حيث كانت قيمة $\chi^2 = 4,700$ ، عند درجة حرية = 3، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.05.

٤٣ المعرفة بموضوع حادثة نجع حمادى طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في هل لديك فكرة عن موضوع حادثة نجع حمادى حيث كانت قيمة $\chi^2 = 1,069$ ، عند درجة حرية = 2، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.05.

٤٤ - الإهتمام بموضوع حادثة نجع حمادى:

- يهتم (46,3%) من عينة الدراسة الميدانية بموضوع حادثة نجع حمادى إلى حد ما، و (24,0%) مهتمين بدرجة كبيرة، و (29,8%) غير مهتمين. وقد يرجع ذلك إلى :

- أن قضية حادثة نجع حمادى ذات موضوع شائك يهم جميع طبقات المجتمع وهو الطائفية، كما أنها حظيت بتغطية إعلامية كافية مما يجعل الإهتمام بها كبيراً .

٤٥ - الإهتمام بموضوع حادثة نجع حمادى طبقاً للنوع :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (نكور - إناث) في الإهتمام بموضوع حادثة نجع حمادى حيث كانت قيمة $\chi^2 = 21,207$ عند درجة حرية = 2، وهى دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.001.

٤٦ - الإهتمام بموضوع حادثة نجع حمادى طبقاً للجماعات الحكومية والخاصة :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في إلى أي حد أنت مهتم بموضوع حادثة نجع حمادى حيث كانت قيمة $\chi^2 = 282,562$ ، عند درجة حرية = 6 ، وهي دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = 0.000 .

٤٧- الإهتمام بموضوع حادثة نجع حمادى طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في إلى أي حد أنت مهتم بموضوع حادثة نجع حمادى حيث كانت قيمة $\chi^2 = 5,052$ ، عند درجة حرية = 4 ، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = 0.282 .

٤٨- أسباب عدم الإهتمام بموضوع حادثة نجع حمادى:

- لا يهتم (٦٠,٥%) من عينة الدراسة الميدانية بمتابعة موضوع حادثة نجع حمادى لأن لديهم إهتمامات أخرى، ولأنه لا يتوقع أن يكون هناك جديد (٣٦,١%) ، ولعدم الثقة فيما تعرضه البرامج الحوارية ولأن المعرفة به لا تفيد في شئ (١,٧%)

- وقد يرجع ذلك إلى :

- إهتمام المراهقين بأشياء أخرى تشغلهم عن متابعة مثل هذه القضايا كالخروج مع الأصدقاء أو الجلوس أمام الإنترنت أو متابعة مباريات كرة القدم.

٤٩- أسباب عدم الإهتمام بموضوع حادثة نجع حمادى طبقاً للنوع:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (ذكور - إناث) في لماذا لا تهتم بمتابعة موضوع حادثة نجع حمادى حيث كانت قيمة $\chi^2 = 82,214$ عند درجة حرية = 3 ، وهي دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = 0.000 .

- وقد يرجع ذلك إلى :

- أن الإناث لديهم وقت فراغ أكبر من الذكور .

٥٠ أسباب عدم الإهتمام بموضوع حادثة نجع حمادى طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) فيماذا لا تهتم بمتابعة موضوع حادثة نجع حمادى حيث كانت قيمة كا^٢ = ٢٨,٣٦٠، عند درجة حرية ٣، وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٠٠.

٥١- أسباب عدم الإهتمام بموضوع حادثة نجع حمادى طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين فيماذا لا تهتم بمتابعة موضوع حادثة نجع حمادى حيث كانت قيمة كا^٢ = ١١,٧٩٦، عند درجة حرية = ٦، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٢٧.

٥٢- الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن موضوع حادثة نجع حمادى :

- يفضل (٥٠,٥٥%) من عينة الدراسة البرامج الحوارية بالفضائيات لمتابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع، و (٢٣,١%) المواقع الإخبارية بشبكة الإنترنت، و (١٢,٨%) القنوات الإخبارية في التلفزيون، و (٧,١%) البرامج الإخبارية بالإذاعة، و (٦,٤%) الصفحة الإخبارية في الصحف .

- وقد يرجع تفضيل المراهقين للبرامج الحوارية بالفضائيات في موضوع حادثة نجع حمادى إلى الإهتمام الإعلامى الكافى الذى حظيت به هذه القضية وإهتمام البرامج الحوارية جميعها بها ومحاولة عرض كافة تفاصيلها ونتائجها وأسبابها وكل ما يتعلق بها مما يؤدى إلى أن من يتابع البرامج الحوارية يكون على دراية كاملة بكل ما يعرض عن ذلك الموضوع .

٥٣ الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن موضوع حادثة نجع حمادى طبقاً للتوع :

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (ذكور - إناث) فيما الوسيلة المفضلة لديك لمتابعة ما يعرض عن تلك الموضوع حيث كانت قيمة $\chi^2 = 2,663$ عند درجة حرية = 4، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.116.

٥٤ - الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن موضوع حادثة نجع حمادى طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) فيما للوسيلة المفضلة لديك لمتابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع حيث كانت قيمة $\chi^2 = 20,717$ ، عند درجة حرية = 12، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.05.

٥٥ - الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن موضوع حادثة نجع حمادى طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين فيما الوسيلة المفضلة لديك لمتابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع حيث كانت قيمة $\chi^2 = 10,899$ ، عند درجة حرية = 8، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.207.

٥٦ - سبب إختيار الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن موضوع حادثة نجع حمادى :

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها :

- إختار (٤٧,٧%) من عينة الدراسة الميدانية للوسيلة يرجع إلى أنها تعرض الموضوع من كافة الزوايا، و (٢٧,١%) لأنها متاحة في كل وقت، و (١٣,٩%) لأن إستخدامها شيق وجذاب، و (١١,٤%) لأنها تقدم معلومات مبسطة وسهلة الإستيعاب .

٥٧- سبب إختيار الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن موضوع
حادثة نجع حمادى طبقاً للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (ذكور - إناث)
فلماذا اخترت تلك الوسيلة حيث كانت قيمة $\chi^2 = 2,743$ عند درجة حرية
 $= 3$ ، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $= 0,05$.

٥٨- سبب إختيار الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن موضوع
حادثة نجع حمادى طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية
والخاصة) في لماذا إخترت تلك الوسيلة حيث كانت قيمة $\chi^2 = 22,853$ ،
عند درجة حرية $= 9$ ، وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $= 0,05$.

٥٩- سبب إختيار الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن موضوع
حادثة نجع حمادى طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي
للمراهقين في لماذا إخترت تلك الوسيلة حيث كانت قيمة $\chi^2 = 11,207$ ،
عند درجة حرية $= 6$ ، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $= 0,05$.

٦٠- درجة التعرض للوسيلة المفضلة :

- يتعرض (٣٨,٨%) من عينة الدراسة الميدانية للوسيلة المختارة من
ساعة إلى ٣ ساعات يومياً، و (٣٢,٠٣%) أقل من ساعة، و (٢٩,٢%) أكثر من
٣ ساعات .

٦١- درجة التعرض للوسيلة المفضلة طبقاً للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (ذكور - إناث)
في ما درجة تعرضك لتلك الوسيلة حيث كانت قيمة $\chi^2 = 8,02$ عند
درجة حرية $= 2$ ، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $= 0,05$.

٦٢- درجة التعرض للوسيلة المفضلة طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في ما درجة تعرضك لتلك الوسيلة حيث كانت قيمة $\chi^2 = 4.245$ ، عند درجة حرية = ٦، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥.

٦٣- درجة التعرض للوسيلة المفضلة طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في ما درجة تعرضك لتلك الوسيلة حيث كانت قيمة $\chi^2 = 9.931$ ، عند درجة حرية = ٤، وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥.

٦٤- المعرفة بموضوع الانتخابات الرئاسية المقبلة:

- (٨٩,٨%) من عينة الدراسة الميدانية لديهم فكرة عن موضوع الانتخابات الرئاسية القادمة ، و(١٠,٢%) ليس لديهم فكرة عن ذلك الموضوع
٦٥- المعرفة بموضوع الانتخابات الرئاسية المقبلة طبقاً للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (ذكور - إناث) في هل لديك فكرة عن موضوع الانتخابات الرئاسية القادمة حيث كانت قيمة $\chi^2 = 1.332$ عند درجة حرية = ١، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥.

٦٦- المعرفة بموضوع الانتخابات الرئاسية المقبلة طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في هل لديك فكرة عن موضوع الانتخابات الرئاسية

القادمة حيث كانت قيمة $\chi^2 = 2,256$ ، عند درجة حرية = 3، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.05.

٦٧- لمعرفة بموضوع الانتخابات الرئاسية المقبلة طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في هل لديك فكرة عن موضوع الانتخابات الرئاسية القادمة حيث كانت قيمة $\chi^2 = 0.576$ ، عند درجة حرية = 2، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.05.

٦٨- الإهتمام بموضوع الانتخابات الرئاسية المقبلة:

- يهتم (٦٣,٣%) من عينة الدراسة الميدانية إلى حد ما بموضوع الانتخابات الرئاسية القادمة، و (٢٧,٥%) مهتمين بدرجة كبيرة، و (٩,٣%) غير مهتمين .

- وقد يرجع إهتمام المراهقين بذلك للموضوع إلى رغبة المراهق في أن يشارك في الحياة السياسية المحلية الموجودة بداخل البلد التي يعيش فيها، ويكون له دور فيها .

٦٩- الإهتمام بموضوع الانتخابات الرئاسية المقبلة طبقاً للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (ذكور - إناث) في إلى أي حد أنت مهتم بموضوع الانتخابات الرئاسية القادمة حيث كانت قيمة $\chi^2 = 4,078$ عند درجة حرية = 2، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.05.

٧٠- الإهتمام بموضوع الانتخابات الرئاسية المقبلة للجامعات الحكومية والخاصة :

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في إلى أي حد أنت مهتم بموضوع الانتخابات

الرئاسية القادمة حيث كانت قيمة $\chi^2 = 6,101$ ، عند درجة حرية = 6، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05.

٧١- الإهتمام بموضوع الانتخابات للرئاسية المقبلة طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في أي حد أنت مهتم بموضوع الانتخابات الرئاسية القادمة حيث كانت قيمة $\chi^2 = 1,924$ ، عند درجة حرية = 4، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05.

٧٢- أسباب عدم الإهتمام بموضوع الانتخابات الرئاسية المقبلة:

- لا يهتم (50%) من عينة الدراسة الميدانية بمتابعة موضوع الانتخابات الرئاسية القادمة لأن لديهم إهتمامات أخرى، و(29%) لا يتوقعون أن يكون هناك جديد، و(15,8%) لأن المعرفة به لا تفيد في شيء، و(5,3%) لعدم الثقة فيما تعرضه البرامج الحوالية.

٧٣- أسباب عدم الإهتمام بموضوع الانتخابات الرئاسية المقبلة طبقاً للنوع:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (ذكور - إناث) في لماذا لا تهتم بمتابعة موضوع الانتخابات الرئاسية القادمة حيث كانت قيمة $\chi^2 = 0,997$ ، عند درجة حرية = 3، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05.

٧٤- أسباب عدم الإهتمام بموضوع الانتخابات الرئاسية المقبلة طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في لماذا لا تهتم بمتابعة موضوع الانتخابات الرئاسية القادمة حيث كانت قيمة $\chi^2 = 7,912$ ، عند درجة حرية = 9، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.043.

٧٥ - أسباب عدم الإهتمام بموضوع الانتخابات الرئاسية المقبلة للمستوى الاقتصادي والاجتماعي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراقبين في لماذا لا تهتم بمتابعة موضوع الانتخابات الرئاسية القادمة حيث كانت قيمة $\chi^2 = 1,777$ ، عند درجة حرية = 6، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.939.

٧٦ - الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع :

- يفضل (48,9%) من عينة الدراسة الميدانية البرامج الحوارية بالفضائيات لمتابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع، و(18,2%) المواقع الإخبارية بشبكة الإنترنت، و (17,4%) القنوات الإخبارية في التلفزيون، و(8,6%) البرامج الإخبارية بالإذاعة .
وقد يرجع ذلك إلى :

- شعور المراقبين بأن البرامج الحوارية لها القدرة على عرض الموضوع من جميع الجوانب وإبراز جميع تفاصيله سواء أكانت إيجابية أو سلبية .

٧٧ - الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع طبقاً للنوع :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (ذكور - إناث) في ما هي الوسيلة التي تفضل من خلالها متابعة ما يعرض عن ذلك

الموضوع حيث كانت قيمة $\chi^2 = 11,390$ عند درجة حرية = 4، وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.023.

٧٨- الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في ما هي الوسيلة التي تفضل من خلالها متابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع حيث كانت قيمة $\chi^2 = 22,112$ عند درجة حرية = 12، وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.036.

٧٩- الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في ما هي الوسيلة التي تفضل من خلالها متابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع حيث كانت قيمة $\chi^2 = 14,662$ عند درجة حرية = 8، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.066.

٨٠- سبب اختيار الوسيلة المفضلة :

- إختار (٤٤,٥ %) من عينة الدراسة الميدانية الوسيلة المفضلة لأنها تعرض الموضوع من كافة الزوايا، و(٢٠,٧ %) لأنها متاحة في كل وقت، و(١٧,٤ %) لأن إستخدامها شيق وجذاب ولأنها تقدم معلومات مبسطة وسهلة الإستيعاب .

٨١- سبب إختيار الوسيلة المفضلة طبقاً للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (ذكور - إناث) في لماذا إخترت تلك الوسيلة حيث كانت قيمة $\chi^2 = 4,130$ عند درجة حرية = 3، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.248.

٨٢- سبب إختيار الوسيلة المفضلة طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في لماذا إخترت تلك الوسيلة حيث كانت قيمة كاي^٢ = ٢٣,٠٦٩، عند درجة حرية = ٩، وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٠٦.

٨٣- سبب إختيار الوسيلة المفضلة طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في لماذا إخترت تلك الوسيلة حيث كانت قيمة كاي^٢ = ١٦,٨٤٦، عند درجة حرية = ٦، وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠١٠.

٨٤- درجة التعرض للوسيلة المفضلة :

- يتعرض (٤٦,١ %) من عينة الدراسة الميدانية للوسيلة أقل من ساعة، و(٤٠,٣%) من ساعة إلى ٣ ساعات، و(١٢,٥%) أكثر من ٣ ساعات .
٨٥- درجة التعرض للوسيلة المفضلة طبقاً للنوع :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (ذكور - إناث) في ما هي درجة تعرضك لتلك الوسيلة حيث كانت قيمة كاي^٢ = ١١,٦٢٤ عند درجة حرية = ٢، وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٠٣.

٨٦- درجة التعرض للوسيلة المفضلة طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات
(الحكومية والخاصة) في ما هي درجة تعرضك لتلك الوسيلة حيث كانت
قيمة كا² = ١٢,٨٦١، عند درجة حرية = ٦، وهي دالة إحصائياً عند
مستوى دلالة = ٠,٠٥.

٨٧- درجة التعرض للوسيلة المفضلة طبقاً للمستوى الاقتصادي
والاجتماعي :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي
والاجتماعي للمراهقين في ما هي درجة تعرضك لتلك الوسيلة حيث
كانت قيمة كا² = ٣,٧٩٩، عند درجة حرية = ٤، وهي غير دالة
إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥.

٨٨- المعرفة بموضوع مؤتمر القمة العربية الأخيرة :

- (٦٨%) من عينة الدراسة الميدانية لديهم فكرة عن موضوع مؤتمر
القمة العربية الأخيرة، و (٣٢%) ليس لديهم فكرة عنه .

٨٩- المعرفة بموضوع مؤتمر القمة العربية الأخيرة طبقاً للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (ذكور - إناث)
في هل لديك فكرة عن موضوع مؤتمر القمة العربية الأخيرة حيث كانت
قيمة كا² = ٠,٤٥، عند درجة حرية = ١، وهي غير دالة إحصائياً عند
مستوى دلالة = ٠,٠٥.

٩٠- المعرفة بموضوع مؤتمر القمة العربية الأخيرة طبقاً للجامعات
الحكومية والخاصة :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات
(الحكومية والخاصة) في هل لديك فكرة عن موضوع مؤتمر القمة

العربية الأخيرة حيث كانت قيمة $\chi^2 = 26.195$ ، عند درجة حرية = 3، وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة = 0.001.

٩١- المعرفة بموضوع مؤتمر القمة العربية الأخيرة طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراقبين في هل لديك فكرة عن موضوع مؤتمر القمة العربية الأخيرة حيث كانت قيمة $\chi^2 = 8.009$ ، عند درجة حرية = 2، وهيدالة إحصائية عند مستوى دلالة = 0.018.

- وقد يرجع ذلك إلى أن نوى للمستوى الاقتصادي والاجتماعي المرتفع لديهم من الوسائل ما يمكنهم من متابعة الموضوع بكل تفاصيله أكثر من غيرهم .

٩٢- الإهتمام بموضوع مؤتمر القمة العربية الأخيرة :

- يهتم (٦٢,٣%) من عينة الدراسة الميدانية إلى حد ما بمؤتمر القمة العربية الأخيرة، و (٣٢,٨٥%) غير مهتمين، و (٥,٠%) مهتمين بدرجة كبيرة .

٩٣- الإهتمام بموضوع مؤتمر القمة العربية الأخيرة طبقاً للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (ذكور - إناث) في إلى أي حد أنت مهتم بموضوع مؤتمر القمة العربية حيث كانت قيمة $\chi^2 = 3.078$ عند درجة حرية = 2، وهي غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة = 0.215.

٩٤- الإهتمام بموضوع مؤتمر القمة العربية الأخيرة طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) فيما إلى أي حد أنت مهتم بموضوع مؤتمر القمة العربية حيث كانت قيمة $\chi^2 = 24,291$ ، عند درجة حرية = 6 ، وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة = 0.00 .

٩٥ - الإهتمام بموضوع مؤتمر القمة العربية الأخيرة طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراقبين فيما إلى أي حد أنت مهتم بموضوع مؤتمر القمة العربية حيث كانت قيمة $\chi^2 = 11,388$ ، عند درجة حرية = 4 ، وهى دالة إحصائية عند مستوى دلالة = 0.23 .

٩٦ - أسباب عدم الإهتمام بموضوع مؤتمر القمة العربية الأخيرة :

- لا يهتم (٣٥,٤%) من عينة الدراسة الميدانية بمتابعة موضوع مؤتمر القمة العربية لأن لديهم إهتمامات أخرى، و(٣٣,٨%) لا يتوقعون أن يكون هناك جديد، و(٢٤,٦%) لأن المعرفة به لا تفيد في أي شيء، و(٦,٢%) لعدم الثقة في ما تعرضه البرامج الحوارية .

- وقد يرجع ذلك إلى عدم الإهتمام الكافي بالموضوع من قبل وسائل الإعلام ما يؤدي إلى تفضيل المراقبين لأي شيء آخر غير متابعة هذا الموضوع.

٩٧ - أسباب عدم الإهتمام بموضوع مؤتمر القمة العربية الأخيرة طبقاً للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (ذكور - إناث) في لماذا لا تهتم بمتابعة موضوع مؤتمر القمة العربية حيث كانت قيمة $\chi^2 = 1,280$ عند درجة حرية = 3 ، وهي غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة = 0.734 .

٩٨- أسباب عدم الإهتمام بموضوع مؤتمر القمة العربية الأخيرة طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في لماذا لا تهتم بمتابعة موضوع مؤتمر القمة العربية حيث كانت قيمة $\chi^2 = 12,778$ ، عند درجة حرية = ٩، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ١٧٣.

٩٩- أسباب عدم الإهتمام بموضوع مؤتمر القمة العربية الأخيرة طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في لماذا لا تهتم بمتابعة موضوع مؤتمر القمة العربية حيث كانت قيمة $\chi^2 = 7,708$ ، عند درجة حرية = ٦، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٢٦٠.

١٠٠- الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع:

- يتابع (٣٤,٥%) من عينة الدراسة الميدانية ما يعرض عن ذلك الموضوع من خلال البرامج الحوارية في الفضائيات، و(٣٢,٢%) المواقع الإخبارية بشبكة الإنترنت، و(١٨,٩%) للقنوات الإخبارية في التلفزيون، و(٧,٦%) البرامج الإخبارية بالإذاعة، و(٦,٨%) الصفحة الإخبارية في الصحف.

١٠١- الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع طبقاً للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (ذكور - إناث) في ما هي الوسيلة التي تفضل من خلالها متابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع حيث كانت قيمة $\chi^2 = 4,070$ عند درجة حرية = ٤، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٣٩٧.

١٠٢- الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في ما هي الوسيلة التي تفضل من خلالها متابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع حيث كانت قيمة $\chi^2 = 16.928$ ، عند درجة حرية = ١٢، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥.

١٠٣- الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في ما هي الوسيلة التي تفضل من خلالها متابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع حيث كانت قيمة $\chi^2 = 6.798$ ، عند درجة حرية = ٨، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥.

١٠٤- سبب اختيار الوسيلة المفضلة :

- إختار (٤٧%) من عينة الدراسة الميدانية الوسيلة لأنها تعرض الموضوع من كافة الزوايا، و(٣٢%) لأنها متاحة في كل وقت، و(١٢,٠٣%) لأنها تقدم معلومات مبسطة وسهلة الإستيعاب، و(٩,٠٢%) لأن إستخدامها شيق وجذاب .

١٠٥- سبب إختيار الوسيلة المفضلة طبقاً للنوع :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (ذكور - إناث) في لماذا اخترت تلك الوسيلة حيث كانت قيمة $\chi^2 = 10.608$ عند درجة حرية = ٣، وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥.

١٠٦- سبب إختيار الوسيلة المفضلة طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات
(الحكومية والخاصة) في لماذا اخترت تلك الوسيلة حيث كانت قيمة χ^2
 $= 23.039$ ، عند درجة حرية = 9، وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة
 $= 0.006$.

١٠٧- سبب اختيار الوسيلة المفضلة طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي
للمراهقين في لماذا اخترت تلك الوسيلة حيث كانت قيمة χ^2 = 4.953،
عند درجة حرية = 6، وهي غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة
 $= 0.550$.

١٠٨- درجة التعرض للوسيلة :

- يتعرض (44.9%) من عينة الدراسة الميدانية للوسيلة أكثر من 3
ساعات، و (30.2%) أقل من ساعة، و (25%) من ساعة إلى 3 ساعات .
١٠٩- درجة التعرض للوسيلة طبقاً للنوع:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (ذكور - إناث)
في ما هي درجة تعرضك لتلك الوسيلة حيث كانت قيمة χ^2 = 2.148،
عند درجة حرية = 2، وهي غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة =
0.342.

١١٠- درجة التعرض للوسيلة طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات
(الحكومية والخاصة) في ما هي درجة تعرضك لتلك الوسيلة حيث كانت
قيمة χ^2 = 29.416، عند درجة حرية = 6، وهي دالة إحصائية عند
مستوى دلالة = 0.000.

١١ درجة التعرض للوسيلة طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في ما هي درجة تعرضك لتلك الوسيلة حيث كانت قيمة $\chi^2 = 7,034$ ، عند درجة حرية = 4، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.01.

ثانياً: مستوى معرفة طلاب الجامعات بالأحداث الجارية

(حادثة نجع حمادى & الانتخابات الرئاسية القادمة & مؤتمر القمة العربية)

١١٢- اختبار مستوى معرفة عينة الدراسة بحادثة نجع حمادى:-

- يرتفع مستوى معرفة المراهقين عينة الدراسة الميدانية بحادثة نجع حمادى بنسبة (47,5%) ومتوسطة بنسبة (27,5%) ومنخفضة بنسبة (25,0%)

١١٣- اختبار مستوى معرفة عينة الدراسة بحادثة نجع حمادى طبقاً

للنوع:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (ذكور - إناث)

في مستوى المعرفة بحادثة نجع حمادى حيث كانت قيمة $\chi^2 = 4,014$ عند درجة حرية = 2، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.01.

١١٤- اختبار مستوى معرفة عينة الدراسة بحادثة نجع حمادى طبقاً

للجامعات الحكومية والخاصة :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات

(الحكومية والخاصة) في مستوى المعرفة بحادثة نجع حمادى حيث كانت

قيمة $\chi^2 = 26,832$ ، عند درجة حرية = 1، وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.001.

١١٥- اختبار مستوى معرفة عينة الدراسة بحادثة نجع حمادى طبقاً

للمستوى الاقتصادي والاجتماعي:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي

والاجتماعي للمراهقين في مستوى المعرفة بحادثة نجع حمادى حيث

كانت قيمة $\chi^2 = 2,423$ ، عند درجة حرية = 4، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.05.

١١٦- اختبار مستوى معرفة عينة الدراسة بالانتخابات الرئاسية القادمة:-

- يرتفع مستوى معرفة عينة الدراسة الميدانية بالانتخابات الرئاسية القادمة بنسبة (٦٤,٣%) ومنخفضة بنسبة (٢٣,٠%) ومتوسطة بنسبة (١٢,٨%)

١١٧- اختبار مستوى معرفة عينة الدراسة بالانتخابات الرئاسية القادمة طبقاً للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (ذكور - إناث) في مستوى معرفة طلاب الجامعات بالانتخابات الرئاسية القادمة ٢٠١١ حيث كانت قيمة $\chi^2 = 2,855$ عند درجة حرية = ٢، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.04.

١١٨- اختبار مستوى معرفة عينة الدراسة بالانتخابات الرئاسية القادمة طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في مستوى معرفة طلاب الجامعات بالانتخابات الرئاسية القادمة ٢٠١١ حيث كانت قيمة $\chi^2 = 19,769$ ، عند درجة حرية = ٦، وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.003.

١١٩- اختبار مستوى معرفة عينة الدراسة بالانتخابات الرئاسية القادمة للمستوى الاقتصادي والاجتماعي :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في مستوى معرفة طلاب الجامعات بالانتخابات الرئاسية القادمة ٢٠١١ حيث كانت قيمة $\chi^2 = 9,135$ ، عند درجة حرية = ٤، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.058.

١٢٠ - اختبار مستوى معرفة عينة الدراسة بمؤتمر القمة العربية الأخيرة:-

- ينخفض مستوى معرفة عينة الدراسة الميدانية بمؤتمر القمة العربية الأخيرة بنسبة (٧٢,٨%) ومتوسطة بنسبة (١٤,٥%) ومرتفعة بنسبة (١٢,٨%)
١٢١ - اختبار مستوى معرفة عينة الدراسة بمؤتمر القمة العربية الأخيرة طبقاً للنوع :

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (ذكور - إناث) في مستوى معرفة طلاب الجامعات بمؤتمر القمة العربية الأخيرة حيث كانت قيمة $\chi^2 = 3,868$ عند درجة حرية = ٢، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.١٤٥.

١٢٢ - اختبار مستوى معرفة عينة الدراسة بمؤتمر القمة العربية الأخيرة طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في مستوى معرفة طلاب الجامعات بمؤتمر القمة العربية الأخيرة حيث كانت قيمة $\chi^2 = 6,354$ ، عند درجة حرية = ١، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٣٨٥.

١٢٣ - اختبار مستوى معرفة عينة الدراسة بمؤتمر القمة العربية الأخيرة طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراقبين في مستوى معرفة طلاب الجامعات بمؤتمر القمة العربية الأخيرة حيث كانت قيمة $\chi^2 = 2,283$ ، عند درجة حرية = ٤، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٦٨٤.

ثالثاً: العلاقة بين مستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية ودوافع مشاهدتهم
البرامج الحوارية :

(حادثة جع حمادي & الانتخابات للرئاسة للقادمة & مؤتمر القمة العربية)

١٢٤- العلاقة بين مستوى معرفة المراهقين بحادثة نجع حمادى ودوافع مشاهدة البرامج الحوارية :

[illegible]

					البيانات
٦	٢	٢	٢	ك	البيانات
١,٥%	٥%	٥%	٥%	%	البيانات
٣٦	١٥	١٤	٧	ك	البيانات
٩,٥%	٣,٨%	٣,٥%	١,٨%	%	البيانات
١	١	٠	٠	ك	البيانات
٣%	٣%	٠,٠%	٠,٠%	%	البيانات
٤٠٠	١٩٠	١١٠	١٠٠	ك	البيانات
١٠٠,٠٠/	٤٧,٥%	٣٧,٥%	٢٥,٠%	%	البيانات

١٢٥- العلاقة بين مستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية

القادمة ٢٠١١ ودوافع مشاهدة البرامج الحوارية :

مستوى المعرفة							
مستوى المعرفة	متخصص	متوسط	مبتدئ	الأصلي	١٤	الجزيرة	المعبر
ك	٢٥	١٩	١١٨	١٧٢	٢٦,١٤١	١٦	٠٠٥٢
%	٨,٨%	٤,٨%	٢٩,٥%	٤٢,٠%			
ك	٣١	٧	٤٠	٧٨			
%	٧,٨%	١,٨%	١٠,٠%	١٩,٥%			
ك	٧	٢	٢٣	٢٣			
%	١,٨%	٠,٨%	٥,٨%	٨,٢%			
ك	٤	٦	٢٧	٢٧			
%	١,٠%	١,٥%	٦,٨%	٩,٢%			
ك	١	٢	٦	٩			
%	٢%	٥%	١,٥%	٢,٢%			

مستوى المعرفة					معرفة العامة في	
ك	ع	ع	ع	ك	ع	مستوى
٢٨	٢٠	٤	٤	٢٨	٢٠	مستوى
٧,٠%	٥,٠%	١,٠%	١,٠%	٧,٠%	٥,٠%	مستوى
٦	٢	٢	١	٦	٢	مستوى
١,٥%	.٨%	.٥%	.٣%	١,٥%	.٨%	مستوى
٢٦	١٩	٨	٩	٢٦	١٩	مستوى
٩,٠%	٤,٨%	٢,٠%	٢,٢%	٩,٠%	٤,٨%	مستوى
١	١	٠	٠	١	١	مستوى
.٣%	.٣%	.٠%	.٠%	.٣%	.٣%	مستوى
٤٠٠	٢٥٧	٥١	٩٢	٤٠٠	٢٥٧	مستوى
١٠٠,٠%	٦٤,٣%	١٢,٨%	٢٣,٠%	١٠٠,٠%	٦٤,٣%	مستوى

١٢٦- العلاقة بين مستوى معرفة المراقبين بمؤتمر القمة العربية الأخيرة ودوافع مشاهدة البرامج الحوارية :

مستوى المعرفة					معرفة العامة في	
ك	ع	ع	ع	ك	ع	مستوى
١٢٢	٣١	١٩	١٧٢	١٢٢	٣١	مستوى
٣٠,٥%	٧,٨%	٤,٨%	٤٣,٠%	٣٠,٥%	٧,٨%	مستوى
٥٨	٨	١٢	٢٢	٥٨	٨	مستوى
١٤,٥%	٢,٠%	٣,٠%	١٩,٥%	١٤,٥%	٢,٠%	مستوى

			ك	٢٥	٢	٥	٢٢
			%	٦,٢٪	.٨٪	١,٢٪	٨,٢٪
المتوسط في المتوسط في المتوسط في	ك	٢٥	%	٦,٢٪	٢,٠٪	١,٠٪	٩,٢٪
المتوسط في المتوسط في المتوسط في	ك	٨	%	٢,٠٪	.٣٪	.٠٪	٢,٣٪
المتوسط في المتوسط في المتوسط في	ك	٢٠	%	٥,٠٪	١,٠٪	١,٠٪	٧,٠٪
المتوسط في المتوسط في المتوسط في	ك	٣٩	%	٧,٣٪	.٥٪	١,٢٪	٩,٠٪
المتوسط في المتوسط في المتوسط في	ك	١	%	.٣٪	.٠٪	.٠٪	.٣٪

مستوى معرفة المراهقين بالاحداث الجارية ومشاهدة البرامج الحوارية	ك	٢٩١	٥٨	٥١	٤٠٠			
	%	٧٢,٨%	١٤,٥%	١٢,٨%	١٠٠,٠%			

رابعاً: العلاقة بين مستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية ومشاهدة البرامج الحوارية

(حادثة نجع حمادى & الانتخابات الرئاسية للقائمة ٨ مؤتمر القمة العربية)

١٢٧- العلاقة بين مستوى معرفة المراهقين بحادثة نجع حمادى ومشاهدة البرامج الحوارية :

مستوى معرفة المراهقين بحادثة نجع حمادى	متوسط	مرتفع	الاجمالى	ك	مجموع	الاحداث الجارية	مستوى المعرفة	مستوى المعرفة
مستوى المعرفة بالاحداث الجارية	ك	١٢	٢٢	٢٩	٧٢	١٩,٢٥٦	٦	٠,٠٤
	%	٣,٠%	٥,٥%	٩,٨%	١٨,٣%			
	ك	٧٢	٨١	١٢٥	٢٨٨			
	%	١٨,٠%	٢٠,٣%	٣٢,٨%	٧٢,٠%			
	ك	١١	٧	١٦	٢٤			
	%	٢,٨%	١,٨%	٤,٠%	٨,٥%			
	ك	٥	٠	٠	٥			
	%	١,٣%	٠,٠%	٠,٠%	١,٣%			

			٤٠٠	١٩٠	١١٠	١٠٠	ك	
			١٠٠,٠٪	٤٧,٥٪	٢٧,٥٪	٢٥,٠٪	%	

١٢٨ العلاقة بين مستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية القادمة ومشاهدة البرامج الحوارية:

مستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية القادمة	مستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية القادمة	مستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية القادمة	مستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية القادمة	مستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية القادمة	مستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية القادمة	مستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية القادمة	مستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية القادمة	مستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية القادمة
مستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية القادمة	مستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية القادمة	مستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية القادمة	مستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية القادمة	مستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية القادمة	مستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية القادمة	مستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية القادمة	مستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية القادمة	مستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية القادمة
ك	١٠	١٤	٤٩	٧٢	ك	١٠	١٤	٤٩
%	٢,٥٪	٣,٥٪	١٢,٣٪	١٨,٣٪	%	٢,٥٪	٣,٥٪	١٨,٣٪
ك	٧١	٢٣	١٨٤	٢٨٨	ك	٧١	٢٣	٢٨٨
%	١٧,٨٪	٨,٣٪	٤٦,٠٪	٧٢,٠٪	%	١٧,٨٪	٨,٣٪	٤٦,٠٪
ك	٦	٤	٢٤	٢٤	ك	٦	٤	٢٤
%	١,٥٪	١,٠٪	٦,٠٪	٨,٥٪	%	١,٥٪	١,٠٪	٨,٥٪
ك	٥	٠	٠	٥	ك	٥	٠	٥
%	١,٣٪	٠,٠٪	٠,٠٪	١,٣٪	%	١,٣٪	٠,٠٪	١,٣٪
ك	٩٢	٥١	٢٥٧	٤٠٠	ك	٩٢	٥١	٢٥٧
%	٢٢,٠٪	١٢,٨٪	٦٤,٣٪	١٠٠,٠٪	%	٢٢,٠٪	١٢,٨٪	١٠٠,٠٪

١٢٩ العلاقة بين مستوى معرفة المراهقين بمؤتمر القمة العربية ومشاهدة البرامج الحوارية :

مستوى معرفة المراهقين بمؤتمر القمة العربية	متخصص	متوسط	مبتدئ	الإجمالي	ك	نسبة	مستوى معرفة المراهقين بمؤتمر القمة العربية
دائماً	٤٩	١٢	١١	٧٢	ك	%	دائماً
أحياناً	٢١١	٤٠	٢٧	٢٨٨	ك	%	أحياناً
نادراً	٢٦	٥	٣	٣٤	ك	%	نادراً
لا	٥	٠	٠	٥	ك	%	لا
الإجمالي	٢٩١	٥٨	٥١	٤٠٠	ك	%	الإجمالي
	٧٢,٨%	١٤,٥%	١٢,٨%	١٠٠,٠%			

خامساً: اختبار الفروض

١-الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع (الذكور والإناث) ومستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية (حادثة نجع حمادي& الانتخابات الرئاسية القادمة& مؤتمر القمة العربية):-

١) اختبار T-test لقياس الفروق

يوضح الجدول التالي رقم (١٤٤) اختبار T - test لقياس الفروق بين النوع (الذكور والإناث) ومستوى معرفة المراهقين بحادثة نجع حمادي.

جدول رقم (١٤٤)

مستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية	ذكور			إناث			درجات الحرية	العدد	مستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العدد			
٣٩٨	٢,٣٠	٨١٤	٢٠٠	٢,١٥	٨٢٥	٢٠٠	٢٩٨	١,٨٣٠	٦٨

يتضح من اختبار T-Test أنه:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع (الذكور والإناث) ومستوى معرفة المراهقين بحادثة نجع حمادي وذلك عند $t = ١,٨٣٠$ بدرجات حرية = ٣٩٨ وعند مستوى معنوية $= ٠,٠٥$. حيث أن المتوسط الحسابي إلى المجموعتين من الذكور والإناث متقاربين $٢,٣٠$ & $٢,١٥$.

(ب) اختبار T-test لقياس الفروق

يوضح الجدول التالي رقم (١٤٥) اختبار T - test لقياس الفروق بين النوع (الذكور والإناث) ومستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية القادمة.

جدول رقم (١٤٥)

مستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية	ذكور			إناث			درجات الحرية	العدد	مستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العدد			
٣٩٨	٢,٤٧	٨٢٦	٢٠٠	٢,٣٦	٨٥١	٢٠٠	٢٩٨	١,٢٥٢	٢١١

يتضح من اختبار T-Test أنه:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع (الذكور والإناث) ومستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية القادمة ٢٠١١ وذلك عند $t = ١,٢٥٢$

بدرجات حرية = ٣٩٨ وعند مستوى معنوية = ٢١١. حيث أن المتوسط الحسابي إلى المجموعتين من الذكور والإناث متقاربتين ٢,٤٧ & ٢,٣٦.

(ج) اختبار T-test لقياس الفروق

يوضح الجدول التالي رقم (١٤٦) اختبار T - test لقياس الفروق بين النوع (الذكور و الإناث) ومستوى معرفة المراهقين بمؤتمر القمة العربية.

جدول رقم (١٤٦)

معرفة المراهقين بمؤتمر القمة العربية	الذكور		الإناث		الدرجة	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي
	العدد	المتوسط الحسابي	العدد	المتوسط الحسابي				
٣٩٨	٢٠٠	١,٤٦	٧٥٦	٢٠٠	١,٣٥	١,٣٥	١,٣٥	١,٣٥

يتضح من اختبار T.Test أنه:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع (الذكور والإناث) ومستوى معرفة المراهقين بمؤتمر القمة العربية الأخيرة وذلك عند ت = ١,٥٦٤ بدرجات حرية = ٣٩٨ وعند مستوى معنوية = ١١٩. حيث أن المتوسط الحسابي إلى المجموعتين من الذكور والإناث متقاربتين ١,٤٦ & ١,٣٥.

ومن الاختبار (أ) & (ب) & (ج) يثبت خطأ الفرض الأول الذي ينص على أن: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع (الذكور والإناث) ومستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية (حادثة نجع حمادي & الانتخابات الرئاسية القادمة & مؤتمر القمة العربية).

٢- الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) ومستوى معرفتهم بالأحداث الجارية (حادثة نجع حمادي & الانتخابات الرئاسية القادمة & مؤتمر القمة العربية):

(أ) اختبار T-test لقياس الفروق

يوضح الجدول التالي رقم (١٤٧) إختبار T - test لقياس الفروق بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) ومستوى معرفتهم بحادثة نجع حمادى.

جدول رقم (١٤٧)

مستوى التعليم	التعليم الجامعى الحكومى			التعليم الجامعى الخاص			الدرجة الحرة	القيمة الحرة	مستوى المعنوية
	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري			
جامعى	٢٠٠	٢,١٠	.٨٠٤	٢٠٠	٢,٢٥	.٨٢٥	٣٩٨	-٣,٠٧٢	.٠٠٢

يتضح من إختبار T.Test أنه :-

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) ومستوى معرفة المراهقين بحادثة نجع حمادى وذلك عند $t = -٣,٠٧٢$ بدرجات حرية = ٣٩٨ وعند مستوى معنوية = ٠.٠٢.

ب) إختبار T-test لقياس الفروق

يوضح الجدول التالي رقم (١٤٨) إختبار T - test لقياس الفروق بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) ومستوى معرفتهم بالانتخابات الرئاسية القادمة ٢٠١١

جدول رقم (١٤٨)

مستوى التعليم	التعليم الجامعى الحكومى			التعليم الجامعى الخاص			الدرجة الحرة	القيمة الحرة	مستوى المعنوية
	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري			
جامعى	٢٠٠	٢,٤٤	.٧٩٣	٢٠٠	٢,٣٩	.٨٨٤	٣٩٨	٦٥٥	.٥١٣

									المراسلة الرقم ٢٠١١
--	--	--	--	--	--	--	--	--	---------------------------

يتضح من اختبار T-Test أنه :-

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) ومستوى معرفة المراقبين بالانتخابات الرئاسية القادمة ٢٠١١ وذلك عند $t=655$. بـدرجات حرية = ٣٩٨ وعند مستوى معنوية = ٥١٣. حيث أن المتوسط الحسابي إلى المجموعتين من طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) متقاربين ٢,٤٤ & ٢,٣٩.

ج) اختبار T-test لقياس الفروق

يوضح الجدول التالي رقم (١٤٩) اختبار T - test لقياس الفروق بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) ومستوى معرفتهم بمؤتمر القمة العربية الأخيرة

مستوى معرفة المراقبين بمؤتمر القمة العربية الأخيرة	تعليم جامعي حكومي			تعليم جامعي خاص			الدرجات الحرية	قيمة t	مستوى المعنوية
	الحد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الحد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
	٢٠٠	١,٣٧	٠,٦٩٧	٢٠٠	١,٤٣	٠,٧١٢	٣٩٨	٠,٨٥	٠,٣٩٥

جدول رقم (١٤٩)

يتضح من اختبار T-Test أنه :-

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) ومستوى معرفة المراقبين بمؤتمر القمة العربية الأخيرة وذلك عند $t=851$. بـدرجات حرية = ٣٩٨ وعند مستوى معنوية = ٣٩٥. حيث أن

المتوسط الحسابي إلى المجموعتين من طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) متقاربين ١,٣٧ & ١,٤٣.

ومن الاختبار (أ) & (ب) & (ج) يثبت صحة الفرض الثاني الاختبار (أ) وعدم صحة الفرض الثاني الجزئيتين (ب) & (ج) والذي ينص الفرض على : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) ومستوى معرفتهم بالأحداث الجارية (حالة نجع حمادي & الانتخابات الرئاسية القادمة & مؤتمر القمة العربية).

٣- الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع الجنس (ذكور وإناث) وكثافة مشاهدة البرامج الحوارية.

١) اختبار T-test لقياس الفروق في كثافة مشاهدة البرامج الحوارية ونوع الجنس (ذكور وإناث).

يوضح الجدول التالي رقم (١٥٠) اختبار T - test لقياس الفروق في كثافة مشاهدة البرامج الحوارية ونوع الجنس (ذكور وإناث).

جدول رقم (١٥٠)

نوع الجنس	عدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	عدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نوع الجنس	عدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
ذكور	٢٠٠	١,٥١	٠,٦٢٦	٢٠٠	١,٤٨	٠,٦٣٤	إناث	٣٩٨	٠,٥٥٦	٠,٥٧٩

يتضح من اختبار T.Test أنه:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع بين المراهقين ومتغير كثافة مشاهدة البرامج الحوارية وذلك عند $t = ٠,٥٥٦$. بدرجات حرية = ٣٩٨ عند مستوى معنوية = ٠,٥٧٩. حيث أن المتوسط الحسابي إلى المجموعتين من الذكور والإناث متقاربين ٤,٤١ & ٤,٦٤.

ومن هنا يثبت خطأ الفرض الثالث الذي ينص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وكثافة مشاهدة البرامج الحوارية.

٤- الفرض الرابع : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع التعليم الجامعي (حكومي & خاص) وكثافة مشاهدة البرامج الحوارية.

اختبار T-test لقياس الفروق في كثافة مشاهدة البرامج الحوارية ونوع التعليم الجامعي (حكومي & خاص)

يوضح الجدول التالي رقم (١٥١) اختبار T - test لقياس الفروق في كثافة مشاهدة البرامج الحوارية ونوع التعليم الجامعي (حكومي & خاص)

جدول رقم (١٥١)

كثافة مشاهدة البرامج الحوارية	تعليم جامعي حكومي			تعليم جامعي خاص			درجات الحرية	قيمة ت	مستوى المعنوية
	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
	٢٠٠	١.٤٨	.٦٠١	٢٠٠	١.٥١	.٦٥٧	٣٩٨	.٥٥٦	.٥٧٩

يتضح من اختبار T-Test أنه:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) وكثافة مشاهدة البرامج الحوارية وذلك عند $t = ٥٥٦$. بدرجات حرية = ٣٩٨ عند مستوى معنوية = ٥٧٩. حيث أن المتوسط الحسابي إلى المجموعتين من الذكور والإناث متقاربتين ١,٤٨ & ١,٥١.

ومن هنا يثبت خطأ الفرض الرابع للذيينص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع التعليم الجامعي (حكومي & خاص) وكثافة مشاهدة البرامج الحوارية.

٥- الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوافع مشاهدة البرامج الحوارية ونوع التعليم الجامعي (عام & خاص):-

اختبار T-test لقياس الفروق في نوافع مشاهدة البرامج الحوارية ونوع التعليم الجامعي (عام & خاص).

يوضح الجدول التالي رقم (١٥٢) إختبار T - test لقياس الفروق
دوافع مشاهدة البرامج الحوارية ونوع التعليم الجامعي (عام & خاص).

جدول رقم (١٥٢)

دوافع مشاهدة البرامج الحوارية	تعليم جامعي حكومي			تعليم جامعي خاص			درجات الحرية	قيمة ت	مستوى المعنوية
	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
	٢٠٠	٣,٣٠	١,٥١٠	٢٠٠	٢,٣٥	١,٩٦١	٣٩٨	٤,١٦٥	٠,٠٠٠

يتضح من إختبار T.Test أنه:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) ودوافع مشاهدة البرامج الحوارية وذلك عند $t = 4,165$ بدرجات حرية = ٣٩٨ عند مستوى معنوية = ٠,٠٠٠ .

ومن هنا يثبت صحة الفرض الخامس الذي ينص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع مشاهدة البرامج الحوارية ونوع التعليم الجامعي (عام & خاص).

٦- الفرض السادس: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة البرامج الحوارية ونوع التعليم الجامعي (عام & خاص) :-
إختبار T-test لقياس الفروق في مشاهدة البرامج الحوارية ونوع التعليم

يوضح الجدول التالي رقم (١٥٣) إختبار T - test لقياس الفروق في مشاهدة البرامج الحوارية ونوع التعليم

جدول رقم (١٥٣)

مستوى التعليم	الدرجة	الدرجة الدراسية	التعليم الحكومي			التعليم الخاص			مختلفة غير الحولية
			المتوسط الحاصل	المتوسط الحاصل	العدد	المتوسط الحاصل	المتوسط الحاصل	العدد	
٥٢٢	١٦٥	٩٨	٥٢٣	١,٩٥	٢٠٠	٥٩٥	١,٩١	٢٠٠	

يتضح من اختبار T.Test أنه :

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) ومشاهدة البرامج الحولية وذلك عند $t = ٥٥٦$. بدرجات حرية = ٣٩٨ عند مستوى معنوية = ٥٧٩ .

ومن هنا يثبت صحة الفرض السادس الذي ينص على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة البرامج الحولية ونوع التعليم الجامعي (عام & خاص).

*** **

نتائج الدراسة التحليلية

- ١- أظهرت النتائج أن الجمهور المصري بشكل عام كان هو الجمهور المستهدف في المقام الأول بالنسبة للبرامج عينة الدراسة، حيث جاء بنسبة ٨٨% في برنامج (مصر النهاردة) وبنسبة ٩٦% في برنامج (العاشرة مساءً) وبنسبة ٧٨% في برنامج (٩٠ دقيقة) .
- ٢- إحتل ذكر الأسباب والحلول المركز الأول في أسلوب معالجة القضية بالنسبة للبرامج عينة الدراسة، حيث جاء بنسبة ٢٤% في برنامج (مصر النهاردة) وبنسبة ٧٤% في برنامج (العاشرة مساءً) وبنسبة ٥٢% في برنامج (٩٠ دقيقة) .
- ٣- أثبتت النتائج أنه لا توجد مشاركة جماهيرية ضمن فقرات البرنامج بصورة كافية في الحلقات عينة الدراسة حيث ثبت عدم وجود مشاركة جماهيرية بنسبة ٦٤% في برنامج (مصر النهاردة) وبنسبة ٦٥% في برنامج (العاشرة مساءً) وبنسبة ٣٧% في برنامج (٩٠ دقيقة) .
- ٤- تفوقت الذكور على الأنثى كنوع للضيوف المشاركين في البرنامج حيث جاء بنسبة ٧٦% في برنامج (مصر النهاردة) وبنسبة ٩١% في برنامج (العاشرة مساءً) وبنسبة ٩٠% في برنامج (٩٠ دقيقة) .
- ٥- أظهر التحليل سعى البرامج عينة الدراسة إلى شرح القضايا من جميع جوانبها ومحاولة الاعتماد على كل ما يساعد في ذلك مثل إعتمادها على ضيوف مشاركين في الفقرات لمحاولة توضيح كل ما يخص تلك القضية للجمهور فجاءت نسبة الضيوف المشاركين في برنامج (مصر النهاردة) وفي (العاشرة مساءً) وفي (٩٠ دقيقة)
- ٦- إعتد برنامجي (مصر النهاردة) و (٩٠ دقيقة) على الحوار كقالب فني في عرض البرامج في المركز الأول بنسبة ٦٠% في برنامج (مصر النهاردة) وبنسبة ٦٣% في برنامج (٩٠ دقيقة) بينما إعتد

- برنامج (العاشرة مساءً) على قالب الحديث المباشر بنسبة ٤٨% كقالب فني يتم من خلاله عرض البرنامج .
- ٧- إعتد برنامجي (مصر النهاردة) بنسبة ٤٨% و (العاشرة مساءً) بنسبة ٨٣% على المسئول الحكومي في شرح وتوضيح القضية المثارة في المركز الأول، بينما إعتد برنامج (٩٠ دقيقة) على أحد أطراف المشكلة في المركز الأول بنسبة ٨٥% .
- ٨- جاء الخبر كمحور لإرتكاز القضية في برنامج (مصر النهاردة) بنسبة ٥٢% في المركز الأول بينما إعتد برنامجي (العاشرة مساءً) بنسبة ٩٠ دقيقة بنسبة ٨٩% على الحدث في المقام الأول .
- ٩- كانت القضية السياسية هي نوع القضية الغالب على برنامج (مصر النهاردة) بنسبة ٣٦% في المركز الأول، بينما للقضية الاجتماعية هي القضية الغالبة على برنامجي (العاشرة مساءً) بنسبة ٥٧% وبرنامج (٩٠ دقيقة) بنسبة ٨٥% .
- ١٠- أظهرت النتائج إهتمام البرامج الحوارية بالأحداث الجارية محل الدراسة فقد إهتمت بقضية (أحداث نجع حمادى) في المركز الأول تليها قضية (الانتخابات الرئاسية المقبلة) ثم (مؤتمر القمة العربية) .

المراجع

المراجع العربية :

أولاً : الأبحاث والدراسات غير المنشورة :

- ١- أحمد محمد عبد الله . " القيم التي تعكسها برامج الأطفال في القنوات الفضائية والعربية " ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٢)
- ٢- " دور القنوات الفضائية العربية في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى المراهقين " ، رسالة دكتوراة غير منشورة، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٧)
- ٣- أماني محمود محمد الأسود . " دور الإذاعة المدرسية في تزويد التلاميذ بالمعلومات " ، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٨)
- ٤- أميرة محمد إبراهيم النمر . " أثر التعرض للقنوات الفضائية على النسق القيمي للمراهقين من طلاب المرحلة الثانوية " ، رسالة دكتوراة غير منشورة، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم إذاعة، ٢٠٠٤)
- ٥- إيمان السيد جمعة رمضان . " دور القنوات الفضائية الإخبارية في إمداد المراهقين بالمعلومات عن الأحداث الجارية " ، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٧)
- ٦- إيمان عز الدين محمد دواية . " دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية بالتلفزيون المصري في ترتيب أولويات قضايا الطفولة لدى الرأي العام " ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس :

معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال،
(٢٠٠٥)

٧- جيلان محمود عبد الرازق شرف . " أساليب تغطية القضايا في
برامج الرأي للمذاعة على الهواء Talk Show في القنوات
الفضائية العربية "، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة
: كلية الإعلام، قسم الإذاعة، ٢٠٠٤)

٨- حسن محمد علي خليل . " دور البرامج الجماهيرية في معالجة
قضايا الطفولة والمراهقة "، رسالة دكتوراة غير منشورة (جامعة
عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة
الأطفال، ٢٠٠٤)

٩- رباب صلاح السيد إبراهيم . " الثقافة الأدبية التي تقدمها بعض
الصحف المصرية ومدى إهتمام المراهقين بها "، رسالة دكتوراة
غير منشورة (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العالمية
للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٨)

١٠- رشا السيد عبد الرحمن السيد . " دور الإذاعات الدولية في إمداد
المراهقين بالمعلومات عن الأحداث الجارية "، رسالة ماجستير
غير منشورة (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة،
قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٦)

١١- رعدة محمد عيسى . " معالجة الإذاعة والتلفزيون لقضايا العمل في
المجتمع المصري ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور نحوها "،
رسالة دكتوراة غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم
الإذاعة والتلفزيون ، ٢٠٠٩)

١٢- ريهام سامي حسين يوسف . " دور البرامج الحوارية في القنوات
الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى
الجمهور المصري "، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة
القاهرة : كلية الإعلام، قسم الإذاعة، ٢٠٠٨)

- ١٣- سعاد محمد محمد المصري . " البرامج الجماهيرية بالقنوات الفضائية العربية ودورها في تزويد المراهقين بالمعلومات " ، رسالة دكتوراة غير منشورة (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٨)
- ١٤- عبد السلام محمد عزيز عبد السلام . " اتجاهات المراهقين نحو قضايا الطفولة في الصحف الحزبية والمستقلة " رسالة دكتوراة غير منشورة، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٦)
- ١٥- عربى محمد المصري . " الأخبار السلبية في التلفزيون وعلاقتها بمستوى القلق السياسي للشباب اللبنانى " ، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم إذاعة، ٢٠٠٠)
- ١٦- فادي جرجس سلامة. " دور الصحافة في إكساب المراهقين المعرفة بالأحداث الجارية " ، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٤)
- ١٧- محمد السيد علاوة هلال طاحون . " اعتماد المراهقين الصم على أخبار التلفزيون في معرفة القضايا السياسية " ، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٨)
- ١٨- محمد عبد الوهاب الفقيه . " العلاقة بين الاعتماد على القنوات التلفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية في المجتمع اليمنى " ، رسالة دكتوراة غير منشورة، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الإذاعة، ٢٠٠٢)
- ١٩- محمد محمد عبده بكير . " معالجة الراديو والتلفزيون للمشكلات النفسية والاجتماعية للمراهقين في مصر " ، رسالة دكتوراة غير منشورة، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الاطفال، ٢٠٠٣)

- ٢٠- محمد محمد مهني . " الفضائيا التي تعالجها برامج الرأى في الراديو والتلفزيون " . رسالة دكتوراة غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الإذاعة، ١٩٩٤)
- ٢١- محمد هلال محمد سيد . " دور القنوات الفضائية في إمداد الجاليات العربية في مصر بالمعلومات السيامية "، رسالة دكتوراة غير منشورة، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم إذاعة، ٢٠٠٧)
- ٢٢- مدوح عبد الله محمد عبد اللطيف . " الصورة الإعلامية للحكومة المصرية كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية وعلاقتها بالصورة الذهنية للحكومة لدى شباب الجامعات "، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٩)
- ٢٣- مروي عبد اللطيف محمد عبد العزيز . " دور مجلات الأطفال الدينية في التنقيف للدينى للأطفال من ٩ - ١٢ سنة "، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٥)
- ٢٤- منال عبده محمد منصور . " دور الخطاب الدينى المقدم بالقنوات الفضائية الدينية المتخصصة في تنقيف المراهقين دينياً "، رسالة دكتوراة غير منشورة (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠٠٧)
- ٢٥- نهى عاطف العبد . " دور نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية في ترتيب أولويات الجمهور المصرى نحو القضايا المصرية والعربية والدولية، رسالة دكتوراة غير منشورة، (القاهرة : جامعة القاهرة، قسم الإذاعة، ٢٠٠٦)
- ٢٦- هانى إبراهيم أحمد البطل . " مدى إعتماذ المراهقين على البرامج الإخبارية بالتلفزيون للمصرى في الحصول على المعلومات "، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٠)

٢٧- وائل صلاح نجيب . " مدى إعتقاد المراهقين على التلفزيون المحلي في التعرف على القضايا المحلية " ، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٤)

ثانياً : الأبحاث والدراسات المنشورة :

٢٨- أمانى فهمي . دوافع إستخدام الرأى المصرية لقنوات التلفزيون الدولية وإشباعاتها، للمجلة المصرية لبحوث الإعلام، (القاهرة : كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني إبريل - يونيو ١٩٩٧)

٢٩- أميرة صابر محمود . إستخدام المراهقين للقنوات الفضائية الغنائية العربية والإشباع المتحققة، مجلة دراسات الطفولة، المجلد ١١، أكتوبر - ديسمبر ٢٠٠٨

٣٠- حنان أحمد سليم . التعرض للقنوات الفضائية الأجنبية وعلاقته بالهوية الثقافية لدى الشباب الجامعى ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (القاهرة : كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الخامس والعشرون يوليو- ديسمبر ٢٠٠٥)

٣١- رانيا أحمد محمود . مدى إعتقاد الشباب على برامج الرأى في معرفة مشكلات المجتمع المصرى، المؤتمر العلمي السنوى الثالث عشر، الإعلام والبناء الثقافى والاجتماعى للمواطن العربى (القاهرة : جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠٧)

٣٢- سلوى إمام على . أنماط مشاهدة الجمهور المصرى للقنوات الفضائية، المؤتمر العلمي للصابغ لكلية الإعلام، الإعلام وحقوق الإنسان العربى (القاهرة : جامعة القاهرة، الإعلام، مايو ٢٠٠٥)

٣٣- عبد الرحمن محمد سعيد الشامى . برامج الرأى في الفضائيات العربية دراسة حالة لبرنامج منبر الجزيرة، المؤتمر السنوى الحادى عشر، مستقبل وسائل الإعلام العربية (القاهرة : جامعة القاهرة : كلية الإعلام، المجلد الثالث ٢٠٠٥)

٣٤- علاء محمد عبد العاطى . إستخدام الشباب الجامعى للقنوات الفضائية العربية الدرامية والإتبعات للمتحركة، مجلة دراسات الطفولة، المجلد ١١، أكتوبر - ديسمبر ٢٠٠٨

٣٥- نهى عاطف العبد . العلاقة بين مستويات التعرض للبرامج الحوارية في الفضائيات العربية ومستويات معرفة الرأى العام بقضايا الإصلاح السياسى في مصر، المؤتمر العلمى الدولى الخامس عشر، الإعلام والإصلاح : الواقع والتحديات (القاهرة : جامعة القاهرة : كلية الإعلام، ٢٠٠٧)

٣٦- نهى عاطف العبد . المعايير الأخلاقية والسلوكية التي يكتسبها المراهقون من البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية التي تقدم مضموناً أجنبياً، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (القاهرة : كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد التاسع والعشرونيناير - مارس ٢٠٠٨).

ثالثاً : الكتب :

٣٧- أحمد زكى بدوى . معجم مصطلحات الإعلام، الطبعة الأولى، (القاهرة : دار الكتاب للبنانى، ١٩٩٤)

٣٨- أميرة الحسينى . فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، الطبعة الأولى، (لبنان : دار النهضة العربية، ٢٠٠٥)

٣٩- أمين سعيد عبد الغنى . الثقافة العربية والفضائيات، الطبعة الأولى، (القاهرة : إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٣) .

٤٠- بركات عبد العزيز . إتجاهات حديثة في إنتاج البرامج الإذاعية (أصول الإحتراف ومهارات التطبيق)، الطبعة الأولى (القاهرة : دار الكتاب الحديث، ٢٠٠٠)

٤١- حازم الحمدانى . الإعلام الحربى والعسكرى، الطبعة الاولى، (الأردن : دار أسامة، ٢٠١٠)

٤٢- حامد عبد السلام زهران . علم نفس للطفولة والمراهقة، الطبعة الخامسة، (القاهرة : عالم الكتب، ٢٠٠١)

- ٤٣ حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد . الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة الخامسة، (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، أكتوبر ٢٠٠٤)
- ٤٤ عادل عبد الغفار فرج مستقبل الإذاعة في عصر البث الفضائي، الطبعة الأولى، (تونس : اتحاد إذاعات الدول العربية، ٢٠٠٦)
- ٤٥ - الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، الطبعة الأولى (القاهرة : الدار العربية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩)
- ٤٦ - راسم محمد الجمال . الاتصال والإعلام في العالم العربي في عصر العولمة، الطبعة الأولى ، (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، يناير ٢٠٠٦)
- ٤٧ - رضا عكاشة . تأثيرات وسائل الإعلام (من الاتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية المتعددة)، الطبعة الأولى (القاهرة : المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، أبريل ٢٠٠٦)
- ٤٨ - روبرت هيلارد، مؤيد حسن فوزي . الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة، الطبعة الأولى، (الإمارات : دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٣)
- ٤٩ - زينب محمود شقير . كيف نربي أبنائنا ؟ الجنين - الطفل - المراهق، الطبعة الأولى (القاهرة : مكتبة النهضة المصرية، ٢٠٠٠)
- ٥٠ - سامي الشريف . الفضائيات العربية (روية نقدية)، الطبعة الأولى، (القاهرة : دار النهضة العربية، ٢٠٠٤)
- ٥١ - سامي محسن ختاتنة، أحمد عبد اللطيف أبوسعد . علم النفس الإعلامي، الطبعة الأولى (الأردن : دار المسيرة، ٢٠١٠)
- ٥٢ - سناء الجبور . الإعلام والرأي العام " العربي والعالمي "، الطبعة الأولى، (عمان : دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠)
- ٥٣ طارق سيد أحمد الخليف . فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، الطبعة الأولى ، (القاهرة: دار للمعرفة الجامعية ، ٢٠٠٥)

- ٥٤ عادل عبد الغفار . الإعلام والمشاركة السياسية للمرأة، الطبعة الأولى (القاهرة : الدار المصرية للكتاب، يناير ٢٠٠٩)
- ٥٥- عاطف علي العبد. الإذاعة والتلفزيون في مصر (الماضي والحاضر والآفاق المستقبلية)، الطبعة الأولى، (القاهرة : دار الفكر العربي، ٢٠٠٢)
- ٥٦- عاطف علي العبد . الإذاعة والتلفزيون في مصر (الماضي والحاضر والآفاق المستقبلية)، الطبعة الأولى، (القاهرة : دار الفكر العربي، ٢٠٠٢)
- ٥٧-، نهى عاطف العبد. وسائل الإعلام نشأتها - تطورها - آفاقها المستقبلية، الطبعة الأولى، (القاهرة : دار الفكر العربي، ٢٠٠٦ - ٢٠٠٧)
- ٥٨- نهى عاطف العبد . الراديو والتلفزيون والقنوات الفضائية، الطبعة الأولى (القاهرة : دار الفكر العربي، ٢٠٠٩)
- ٥٩- عبد الغنى الديدي . التحليل النفسى للمراقبة (ظواهر المراقبة وخفاياها)، الطبعة الأولى (بيروت : دار الفكر اللبناني، ١٩٩٥)
- ٦٠-عزيزة عبد العزيز . الطفل المصرى والقنوات الفضائية، (القاهرة : المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، قسم بحوث الاتصال الجماهيرى والثقافة ، ٢٠٠٤)
- ٦١-عصام نور سريه . سيكولوجية المراقبة، الطبعة الأولى (القاهرة : مؤسسة شباب الجامعة، ٢٠٠٤)
- ٦٢-فاطمة حسين عواد . الإعلام الفضائى، الطبعة الاولى، (عمان : دار أسامة، ٢٠١٠)
- ٦٣-ماجى الحلوانى، عصام نصر. مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعية، (القاهرة : مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، ٢٠٠٤)
- ٦٤-ماجى الحلوانى . مدخل إلى الفن الإذاعى والتلفزيونى والفضائى، الطبعة الأولى، (القاهرة : عالم الكتب ، ٢٠٠٥)

- ٦٥- محمد هاشم الهاشمي . الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، الطبعة الأولى، (عمان : دار المناهج للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦)
- ٦٦- محمد عبد الحميد . نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير، الطبعة الثانية، (القاهرة : عالم الكتب، ٢٠٠٤)
- ٦٧ محمد معوض إبراهيم . دراسات إعلامية الإعلام الدولي والمستحدثات الإعلامية، الطبعة الأولى، (القاهرة : دار الكتاب الحديث، ٢٠٠٨)
- ٦٨- محمد منير حجاب . وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، الطبعة الأولى، (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨)
- ٦٩- . نظريات الاتصال، الطبعة الأولى، (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٠)
- ٧٠- محمود حسن إسماعيل . مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الطبعة الأولى (القاهرة : الدار العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣)
- ٧١- . مناهج البحث في إعلام الطفل، الطبعة الأولى (القاهرة : دار النشر للجامعات، ١٩٩٦)
- ٧٢- محمود خليل . الإعلام العربي مظاهر النمو ومخاطر التفكير، الطبعة الأولى، (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٠)
- ٧٣- محمود عطية . ضغوط للمراهقين والشباب وكيفية مواجهتها، الطبعة الأولى (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية، ٢٠١٠)
- ٧٤- مصطفى حميد كاظم الطائي . الفنون الإذاعية التلفزيونية وفلسفة الإقناع، الطبعة الأولى، (الإسكندرية : دار الوفاء للطباعة والنشر، ٢٠٠٧)
- ٧٥- مصطفى محمد عبد العزيز . سيكولوجية فنون المراهق، الطبعة الخامسة (القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية، ٢٠٠٩)
- ٧٦ ملفين ل . ديفلر، ساندرا بول روكيش ، كمال عبد الرؤوف . نظريات وسائل الإعلام، الطبعة الأولى، (القاهرة : الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٢)

- ٧٧- مرفت للطراييشي، عبد العزيز السيد . نظريات الاتصال، الطبعة الأولى (القاهرة : دار النهضة العربية، ٢٠٠٦)
- ٧٨- نسمة أحمد البطريق . الكتابة للإذاعة والتلفزيون، الطبعة الأولى، (القاهرة : الدار العربية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩)
- ٧٩- نهوند للقادري عيسى. قراءة في ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على تخوم التفكير، الطبعة الأولى، (بيروت مركز دراسات الوحدة العربية ، ٢٠٠٨)
- ٨٠- هبة شاهين. التلفزيون الفضائي العربي، الطبعة الأولى، (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، يناير ٢٠٠٨)
- ٨١- هناء السيد . الفضائيات وقادة الرأي، الطبعة الأولى، (القاهرة : العربية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥)
- ٨٢- وليد حسن الحديثي . الإعلام الدولي وبعض إشكاليات الخطاب الإعلامي العربي، الطبعة الأولى، (القاهرة : دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧)

المراجع الأجنبية :

أولاً : الأبحاث والدراسات غير المنشورة :

- ٨٣- Arthur G. Emig. "Community Ties And Dependence On Media For Public Affairs", **Journalism And Mass Communication Quarterly**, vol . ٧٢, No. ٢, ١٩٩٥
- ٨٤- August E . Grant, K . kenddl Guthrie & Sandra j . Ball Rokeach, Media System Dependency Perspective, **communication Research**, vol . (١٨), No . (٦), ١٩٩١
- ٨٥- Barbara Norrander. "The Independence Gap And The Gender Gap", **public opinion quarterly**, vol. ٦١, ١٩٩٧

- 86 -Carla Ruiz Mafe' and Silvia Sanz Blas." The impact of television dependency on teleshopping adoption",**An International Journal**, Vol. 7 No. 1, 2008
- 87 -Hugh M.Culbertson Guido H.Stempel ."How Media Use And Reliance Affect Knowledge Level ", **Communication Research**, Vol.12, No .4, 1986
- 88-Jake Harwood."Age Identification,Social Identity Gratification,and Television Viewing ", **Journal of Broadcasting and Electronics Media**,Vol.43, No.1, 1999
- 89-John C.Pierce, Lynette Lee- Sammons and Nicholas P.Lovrich,Jr."U.S And Japanese Source Reliance For Environmental Information", **Journalism Quarterly**,vol.66, no.4, 1989
- 90 -Michael R.Greenberg, David B.Sachsman,Peter M.Sandman and Kandice L.Salomone."Risk, Drama And Geography In Coverage Of Environmental Risk By Network Tv ", **Journalism Quarterly**,vol.66, no.2,1989
- 91-Nabi,Robin,Hendriks and others."The Persuasive Effect of Host & Audience Reaction Shots in Television Talk Show", **Journal of communication**, vol.53, 2003
- 92-Oscar H.Gandy Paulaw W.Matabane John O.Omachonu."Media Use, Reliance, And Active Participation ", **Communication Research**,Vol.14, No.6, 1987

- 93 Stacy Davis, Marie Louiso. "Effects of talk show viewing on adolescents ", **journal of communication**, vol. 48, no 3, 1998.
- 94 stephani A. skumanich & David P. kintsfathere, Individual Media Dependency Relations within television shopping programming, **communication Research**, vol . (20), No .(2), 1998
- 95-Thomas A.Morton Julie M.Duck."Social Identity And Media Dependency In The Gay community" ,**Communication Research**, Vol. 27, No. 4, 2000
- 96-Thomas J.Johnson and Barbara K.Kaye."Cruising Is Believing ?;Comparing Internet And Traditional Sources On Media Credibility Measures", **Journalism And Mass Communication Quarterly**, vol. 70, No. 2, 1998
- 97-William E . Loles & Sandra J.Rokeach. Dependency Rebellions and News paper Reader ship, **Journalism Quarterly**, vol .(70) No.(3), 1993
- 98-Perceptions of Art and Media System Dependency Relations . **communication Research**, vol . (21), No .(1), 1994
- 99-Bart Kuperus. **satellite broadcasting guide**, (New York : Watson – Guptill, 1994 (
- 100-BS . Bhatia.**satellite Networks for school Education** ,(New Delhi: Central Institute Technology, 2009) P 4
- 101-Christopher Paterson . **Satellites**, 4 th Edition, (Technology Futures :2000)

- ١.٢ -James Glen Stovall . **Writing For The Mass Media**. seventh edition. (United States of America : pearson, ٢٠٠٩)
- ١.٣ -Jan Johnson Yopp, Katherine C . McAdams, Ryan M . Thornburg . **Reaching Audiences A Guide to Media Writing**, fifth edition. (United States of America : pearson, ٢٠١٠)
- ١.٤ -John . C & Leab, H .**The Nature of Adolescence**, Third Edition (New York : Rouut leddge, ١٩٩٩)
- ١.٥ -Margeret Spellings . **Helping your child through early adolescence**, (office of intergovernmental and interagency affairs, August ٢٠٠٢)
- ١.٦ -Stanley J . Baran . **Mass Communication Media Literacy and Culture**, sixth edition. (New York : McGraw Hill, ٢٠١٠)
- ١.٧ -William S. Myers . **Adolescence: A Time of change**. ٣rd edition . ٢٠١٠ . William Gladden Press .

ثانياً : الدراسات والأبحاث المنشورة :

- ١.٨ -Alex Budak, B.A. " FACEBOOK, TWITTER AND BARACK OBAMA: NEW MEDIA AND THE ٢٠٠٨ PRESIDENTIAL ELECTIONS " Mas (Georgetown University, ٢٠١٠)
- ١.٩ Alicia D. Akins. "TELEVISION AND AGE OF FIRST PENETRATIVE SEX : IMPLICATIONS AND RECOMMENDATIONS", **Ph.D.**, (Capella University, ٢٠١٠)

- 110-Birne-Stone Susan."The Impact of Television Talk Shows on Therapy:Interviews With Therapists ",**Ph.D**, (New York University, 2000)
- 111-Brendal.Rolfe-Maloney."Young Adolescent Perceptions of Television Sexuality",**MAS**, (University of Alaska Anchorage, 2002)
- 112-Brendal.Rolfe-Maloney."Young Adolescent Perceptions of Television Sexuality",**MAS**, (University of Alaska Anchorage, 2002)
- 113-Eunette Gentry."Pro-Social and Anti—Social Effects of Television Viewing on Adolescents : Speculations Based on Family Situation Comedy Content ", **MAS**, (Nevada University, 1999)
- 114-Jennifer D.Reid."Reality Television As a Societal Influence on Adolescent Development and Behavior",**MAS**, (University of Houston – Clear Lake, 2002)
- 115-Kevin J. Burgoyne." Television Viewing and Exposure to Smoking on Television as Predictors of Smoking",**Ph.D**, (Marywood University, 2009)
- 116-Kristi Erin Wallace . "HOW U.S. TALK SHOW HOSTS USE TWITTER ", **MAS**, (University of South Alabama, 2010)
- 117-Linda Horwitz." Advice-Based Talk Shows In The Self Help Era: Advising The Caller And Maintaining The Absent Audience",**MAS**, (Eastern Illinois University, 2002)

- ١١٨ Paul Aguilar." Parents' Impressions Of Inappropriate Television Content For Hispanic Preschool Children ",MAS,(The University Of Texas,٢٠٠٩)
- ١١٩ Shannon K . Mccraw."Late Night Television Talk Show and Political Comedy Programs:A Study of Young voters Political Experiences",Ph.D,(Norman:Oklahoma,٢٠٠٦)
- ١٢٠-Sherra Schick."Operah Winfrey:Media and Culture ",Ph.D, (Indian University,٢٠٠٧)
- ١٢١-Thomas F."Allbaugh"."A Persistence of Rhetoric in Television Talk Culture",Ph.D,(Southern Lllinois University,١٩٩٧)
- ١٢٢-Violeta oliver."Perceptions of Nonconforming Sexualities and Genders on Television Talk Shows ",MAS,(Nevada University,٢٠٠١)

ثالثاً : المواقع الإلكترونية :

- ١٢٣**bzupages.com/attachments/١١٧٩٧d١٢٦٠٧٣١٦٨٧-satellite-networks.doc** IN: (٩/٨/٢٠١٠)
- ١٢٤-**http://www.tv.myla.net**. IN: (٣/٧/٢٠١٠) ١٠: ٤٦pm
-
- ١٢٥**http://ar.wikipedia.org/wiki/%D٨%AF%D٨%B١%D٩%٨A%D٩%٨٥ ٢** IN : (٦/٧/٢٠١٠) ٠٩:٠٦pm
-
- ١٢٦**http://ar.wikipedia.org/wiki/%D٨%AV%D٩%٨٤%D٩%٨٥%D٨%AD%D٩%٨٨%D٨%B١** IN: (٦/٧/٢٠١٠)

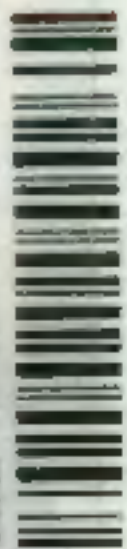
- ١٢٧-<http://www.alqaheraalyoum.net/main/alqahera> IN:
(١٧/١٠/٢٠١٠) .٩:٤١pm
- ١٢٨-<http://arbnews.net/?p=٤٠٩> IN: (١٢/٧/٢٠١٠)
.٨:٥٠pm
- ١٢٩ <http://www.masrelnahrda.net/about.php> IN:
(٢٠/٧/٢٠١٠) .٨:٢٤pm
- ١٣٠-<http://www.saaid.net/tarbiah/١٠٧.htm> IN:
(٥/١١/٢٠١٠) .٧: ٤٩ pm
- ١٣١-<http://www.annahaa.org/nbanews/٦٧/٢٥٩.htm>
IN: (٥/١١/٢٠١٠) .٨:٣٠pm

الفهرس

صفحة	الموضوع
٥	مقدمة
٩	الفصل الأول: الفتوات الفضائية والبرامج الحوارية
٤٣	الفصل الثاني: المراهقين وعلاقتهم بالفتوات الفضائية
٥٥	الفصل الثالث: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
٨٣	الفصل الرابع: نتائج الدراسة التحليلية والميدانية وتفسيرهما
١٤٧	النتائج
١٤٩	المراجع

البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية

المكتبة
Bibliotheca Alexandrina



1212211



I.S.B.N. 978-977-276-635-2



6 222008 910240